

2021Q1

魔镜市场情报

中国线上高增长消费市场白皮书

VISIT...

LANZAROTE
Caliente.COM

前言

在2020年收官之时，我们发现竟然有如此多品牌与消费概念，搭载着年轻的购买力一涌而上。

在颜值经济、盲盒经济、联名热潮、奶茶自由裹挟下的消费者们不断更新种草清单，一时间折扣、直播电商、买流量成为品牌增长的三板斧，然而随着流量优势尽褪，当消费者开始对直播电商、内容营销免疫时，品牌开始面临增长的难题。

2021Q1我们再一次走进新消费市场，淘宝天猫总销售额超17000+亿元，同比增长超39%，我们发现了同比增长超30%、销售额超100亿+超级品类，同比增长超100%、销售额5亿+的超级品牌，以及19个高增长细分市场及新概念，有哪些品牌和赛道经受住了市场的考验？又有哪些新物种凭借着差异化打法抓住了新一轮流量？

尽管流量退潮，但新消费市场从来不缺后浪。

合作媒体



省时查报告



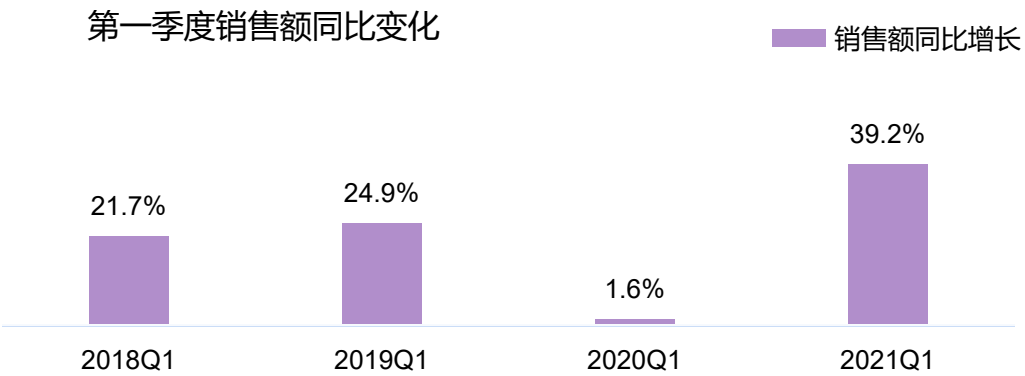
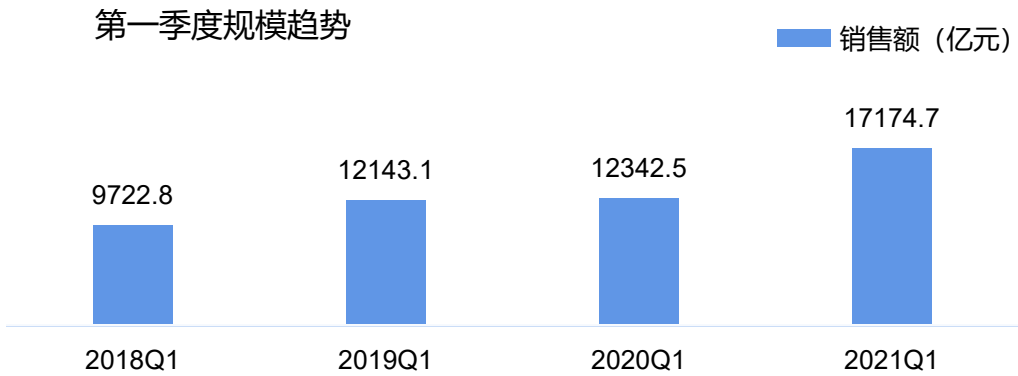
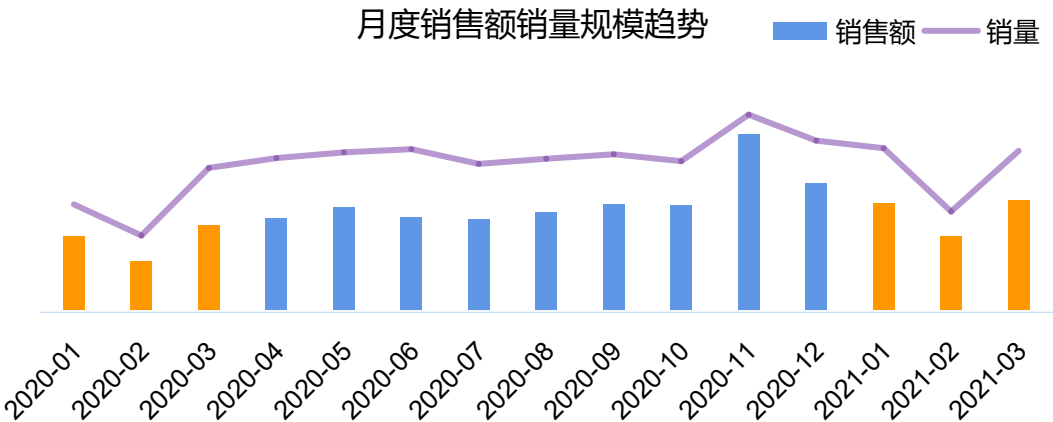
淘宝天猫规模趋势

17174.7 亿元

202Q1淘宝天猫成交额

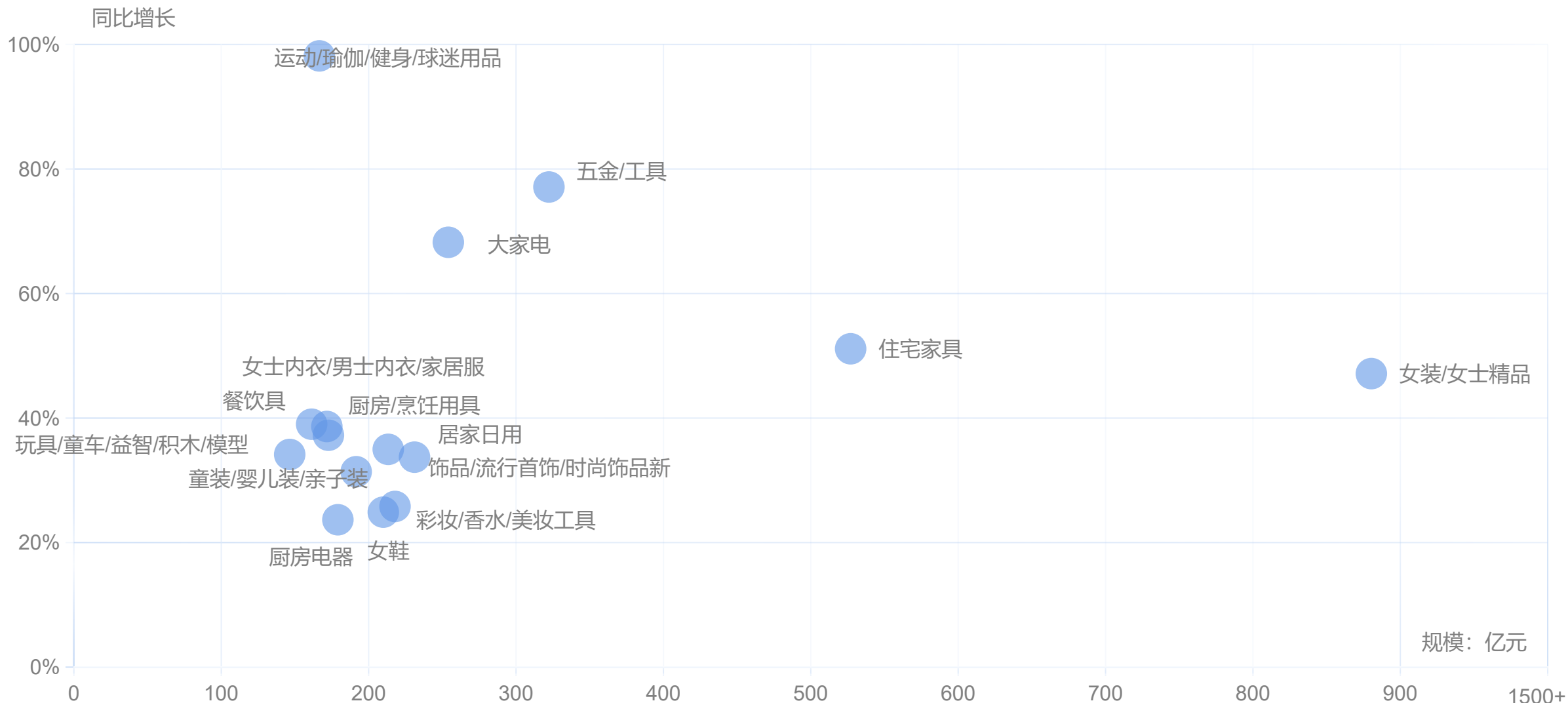
39.15%

同比增长



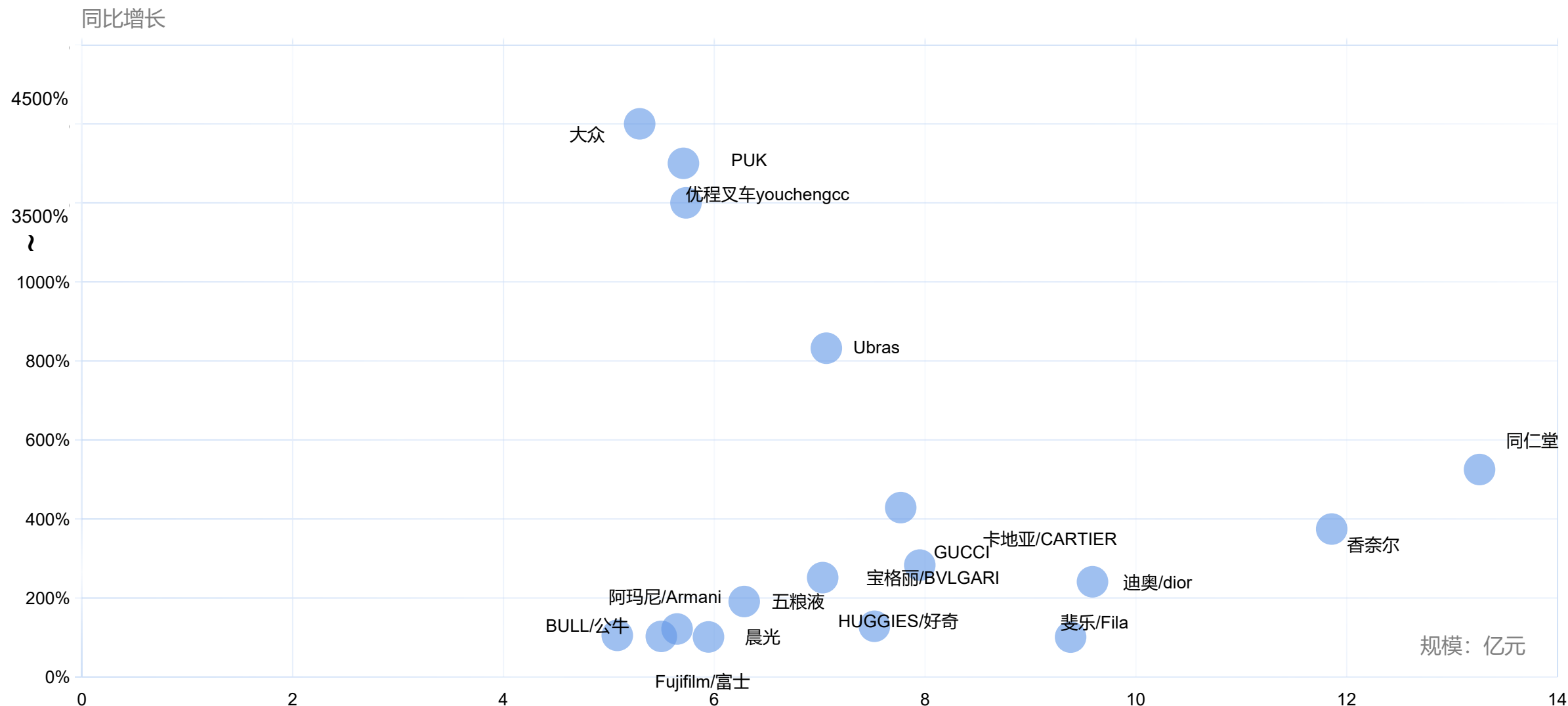
超级品类—30%+与100亿+

淘宝天猫15个季度销售额同比增长超过30%的一级类目



超级品牌—100%+与5亿+

淘宝天猫17个同比增长超过100%的5亿+品牌



数据说明

时间维度

2021年1月-2021年3月

数据来源

魔镜市场情报

规模

退货交易不算入规模，与GMV统计口径不同

消费者认知

微博抖音小红书对讨论分词后生成，某词的大小和出现频次正相关

发布数

微博抖音小红书平台中有关此行业的推文数量

互动量

微博抖音小红书平台中有关该行业推文的点赞，转发，评论，收藏，阅读数量

魔镜潜力评级

根据品牌竞争力，魔镜给出的星级评分

品牌竞争力模型

知名度

当前品牌在行业中社交舆情互动量排名

商品丰富度

当前品牌在行业中所拥有商品数量排名

好评度

当前品牌在行业中的好评度

19个高增长细分市场及概念

我们根据淘宝天猫的销售数据，通过规模和增速两个维度，从700个细分市场/概念中筛选出了19个最具潜力的市场/概念。

我们从行业、品牌、爆品的规模、增长、舆情等角度进行全方位的分析，勾勒出新消费市场的面貌。

食品药品

酵素

米诺地尔

即饮咖啡

奶枣

美妆个护

头皮护理

男士BB霜

美瞳

脱毛仪

水牙线

电器

电动窗帘

电热杯

炒菜机

吸拖洗一体机

折叠洗衣机

服饰

vibe

开叉西装裤

烟筒靴

飞行员夹克

鲨鱼裤

酵素



魔镜市场情报
MOOJING.COM

健康与瘦是当代人们的追求，酵素类产品符合了部分消费者“不运动、就能瘦”的期待。

酵素类产品在第一季度销售额增长迅速，其中小包装即食类酵素增长最为突出；方便携带与方便使用是小包装即食酵素的^{最大特点}。

多燕瘦与姿美堂是即食类酵素的头部品牌，2021年第一季度销售额均超过1亿元。



消费者认知



酵素

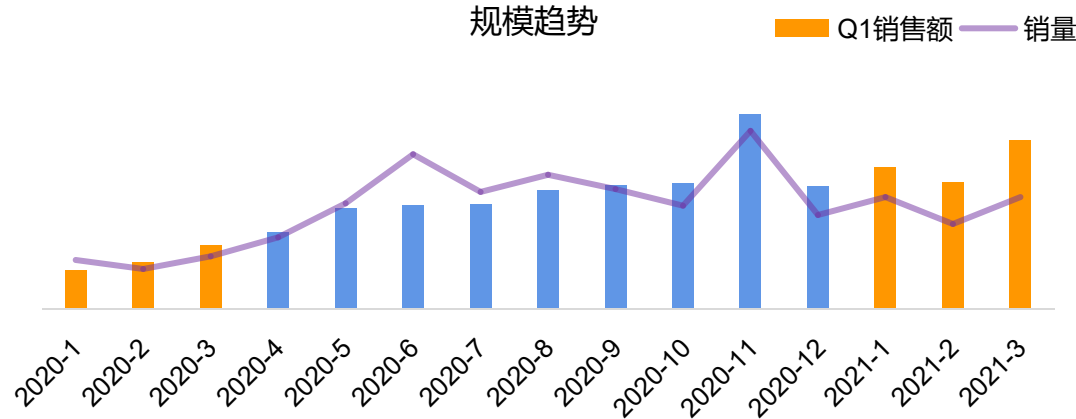
行业聚焦

7.4 亿元

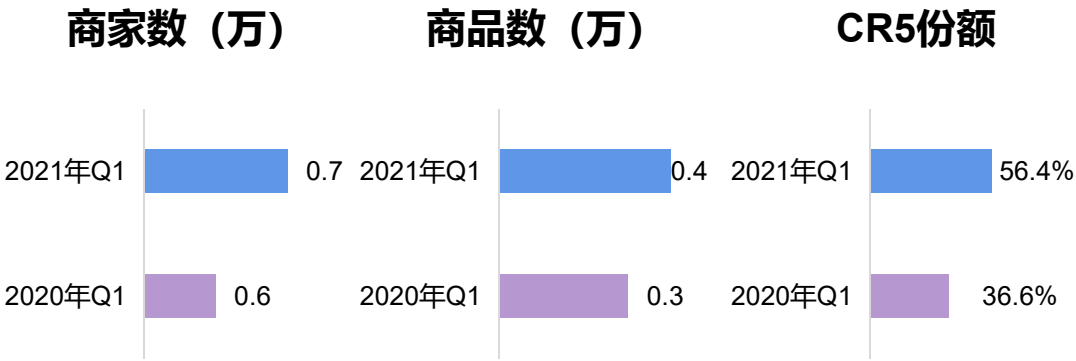
192.6%

2021Q1淘宝天猫销售额

同比增长



	发布数	互动量
微博	115284	2353150
抖音	25317	533168
小红书	44774	306246



酵素

重点品牌

多燕瘦

瑞琪奥兰

姿美堂

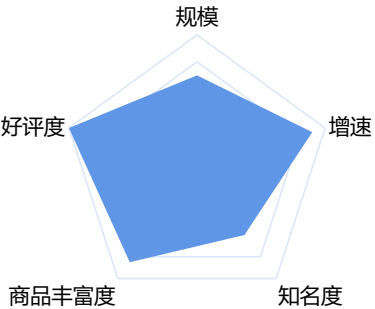
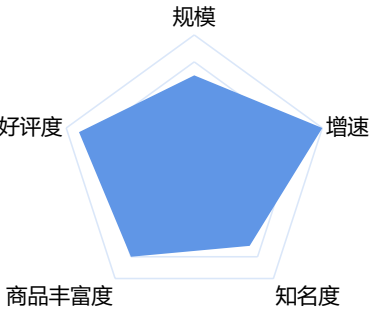
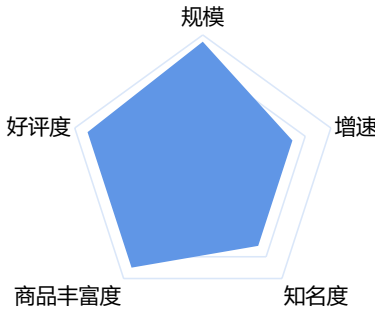
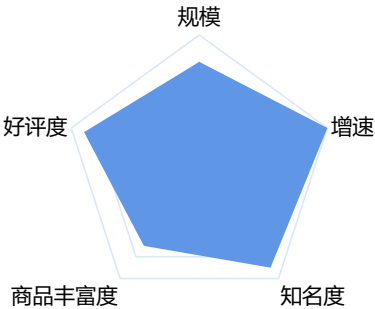
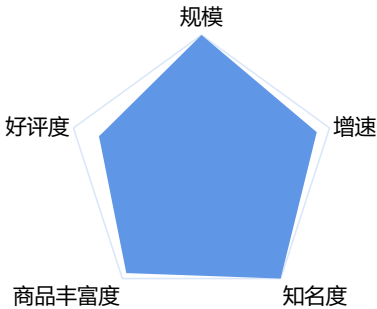
俏芙蓉

Bio-E

魔镜潜力评级



品牌竞争力



+14.9倍

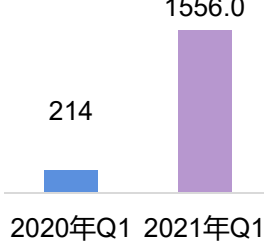
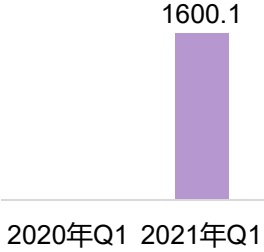
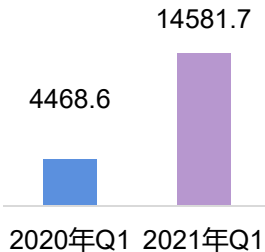
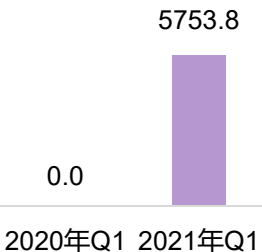
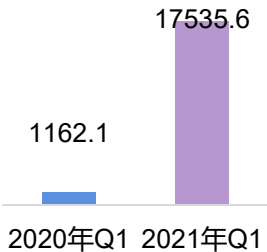
New

+226.3%

New

+627.0%

市场规模
(万元)



酵素 季度爆品

更多资料，欢迎访问 www.wenku120.com



商品名：
郑多燕
果蔬酵素果冻

关键词：
味道好、网红产品



商品名：
瑞琪奥兰
蜂蜜酵素果冻

关键词：
效果好、代言人



商品名：
姿美堂
嗨吃酵素

关键词：
包装精美、效果明显



商品名：
俏芙蓉
果蔬酵素固体饮料

关键词：
复购回购、治疗便秘



商品名：
Bio-e
蛋白代餐奶昔

关键词：
王一博、南瓜味道

米诺地尔



魔镜市场情报
MOOJING.COM

掉发、脱发成为了困扰当代年轻人的一大问题，而米诺地尔作为唯一一个受到国际、国内认证的能够有效治疗脱发的非处方药，自然会受到消费者的认可。

米诺地尔可促进局部血管扩张，可以刺激毛囊，增加毛囊周围血流刺激毛发生长，阻止毛发变细。

蔓迪米诺地尔酊喷雾是最受欢迎的米诺地尔产品，2021年第一季度米诺地尔市场40%的销售额都来自于蔓迪品牌。

消费者认知



米诺地尔

行业聚焦

更多资料，欢迎访问 www.wenku120.com

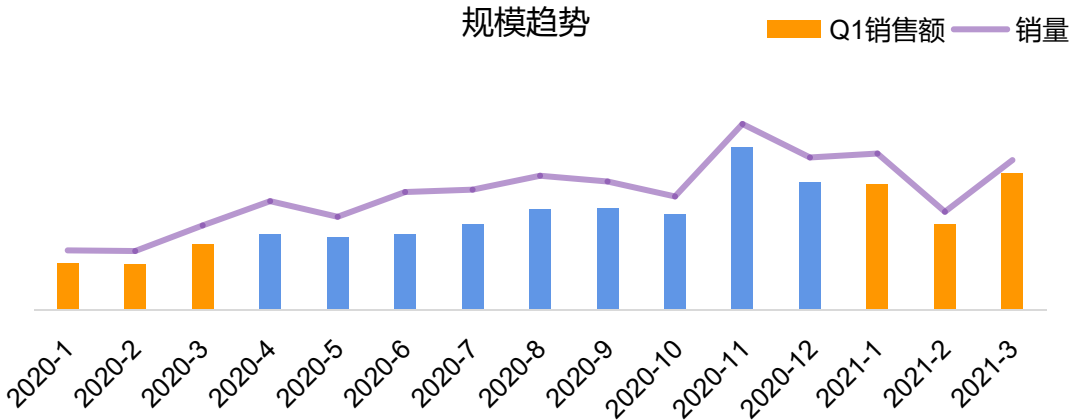


8469 万元

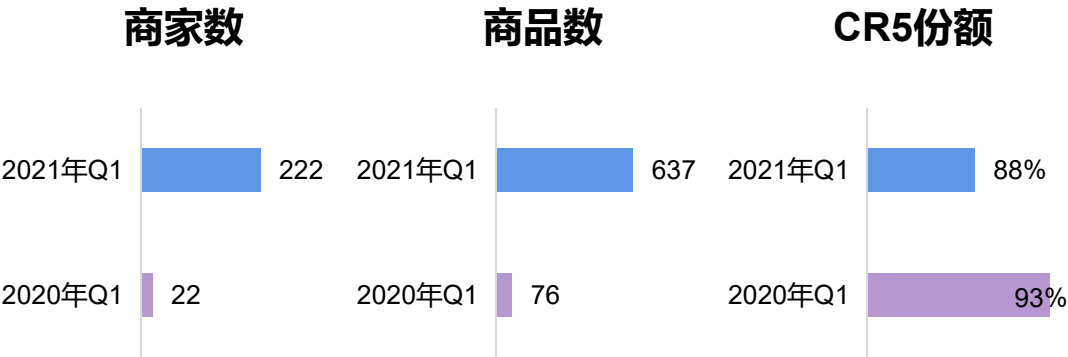
2021Q1淘宝天猫销售额

119.3%

同比增长



	发布数	互动量
微博	6691	373439
抖音	40	1027
小红书	6963	53238



米诺地尔
重点品牌

蔓迪

达霏欣

Rogaine/落健

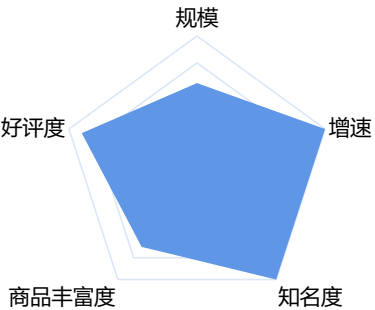
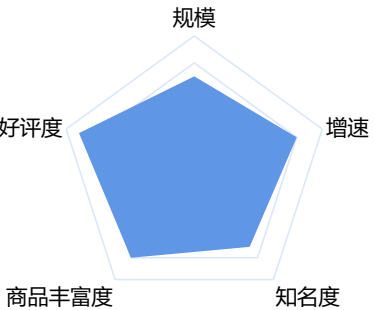
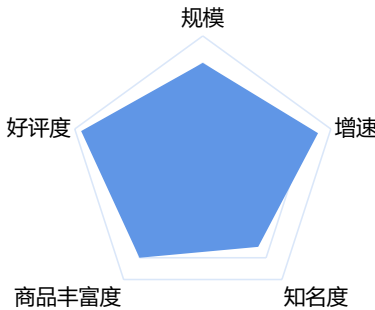
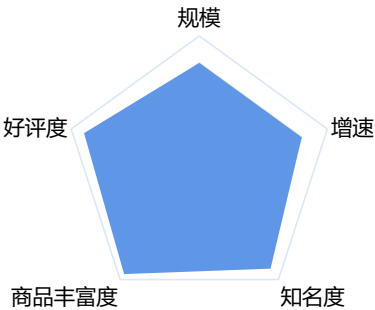
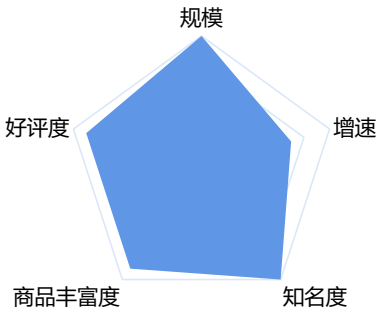
发迹

HEYBRO

魔镜潜力评级



品牌竞争力



+69.4%

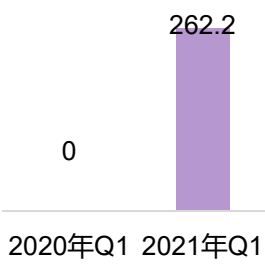
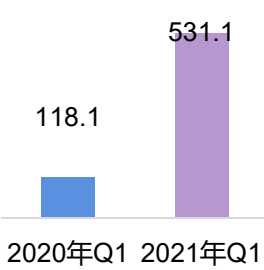
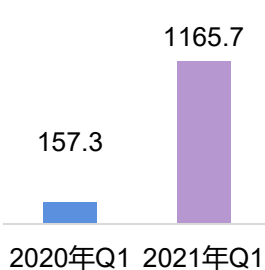
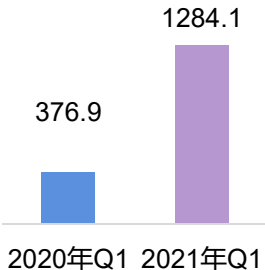
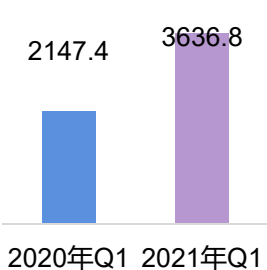
+240.7%

+640.9%

+349.6

New

市场规模
(万元)



米诺地尔 季度爆品



商品名:
蔓迪
米诺地尔酊喷雾

关键词:
效果好、治疗脱发



商品名:
达霏欣
米诺地尔搽剂

关键词:
便宜、用起来放心



商品名:
Rogaine/落健
米诺地尔生发泡沫

关键词:
不刺激、进口



商品名:
发迹
米诺地尔酊

关键词:
有效果、不刺激



商品名:
HeyBro
米诺地尔搽剂

关键词:
服务好、效用高

即饮咖啡

咖啡正在慢慢成为当代年轻人不可或缺的一种饮品，即饮咖啡作为一种最方便享受咖啡的方式，在2021年第一季度线上销售额表现优秀。

在第一季度结合直播带货的形式，星巴克、雀巢咖啡等老牌咖啡品牌销售额实现快速增长，同时限定款咖啡的推出也进一步推动了火热的市场。

以健康、提神为主打的黑咖啡也在第一季度大受欢迎，代表品牌Never Coffee与Costa销售额同比增长10倍以上。



消费者认知



即饮咖啡

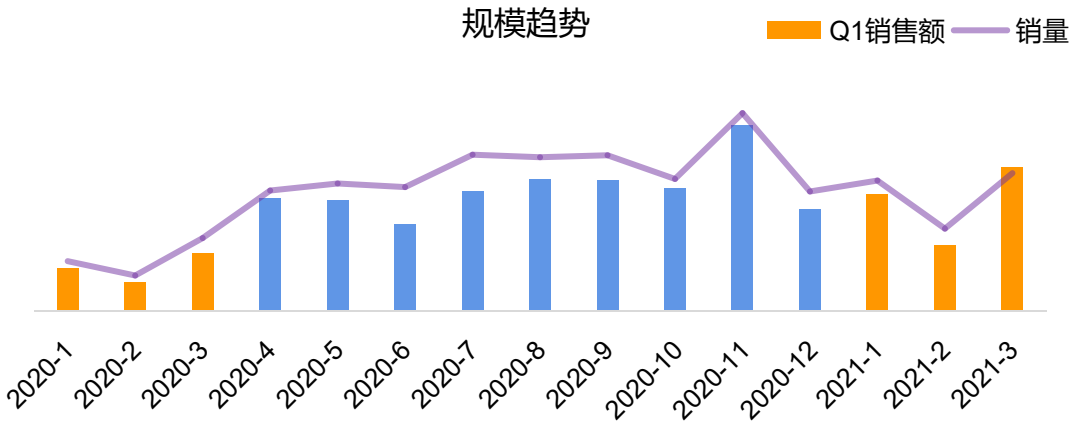
行业聚焦

6355 万元

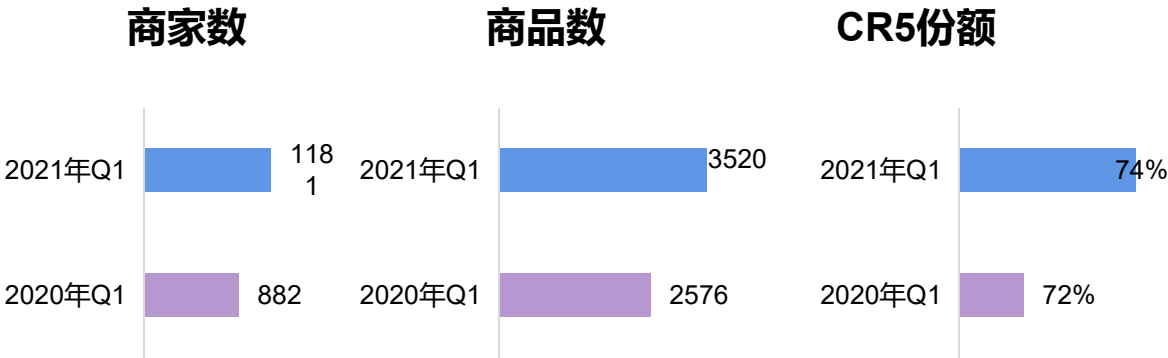
2021Q1淘宝天猫销售额

150.5%

同比增长



	发布数	互动量
微博	26361	331090
抖音	497	93
小红书	782	9858



即饮咖啡

重点品牌

starbucks/星巴克

Never Coffee

Nestle/雀巢

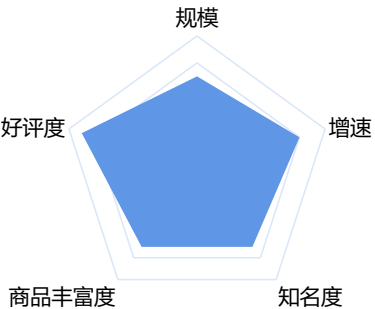
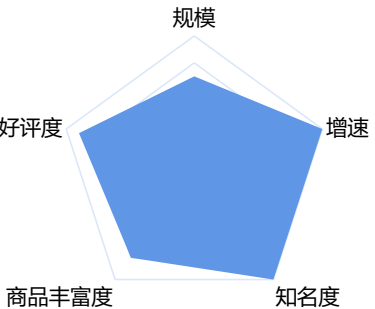
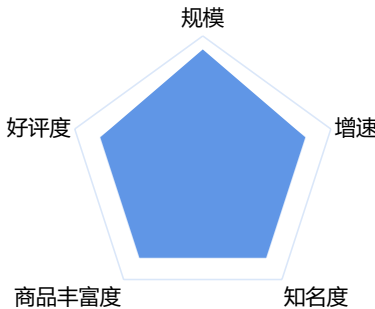
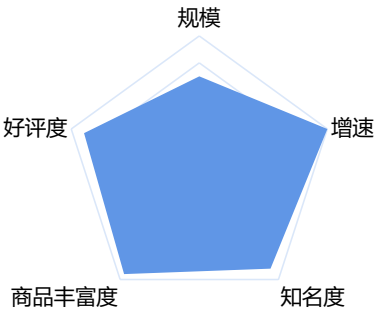
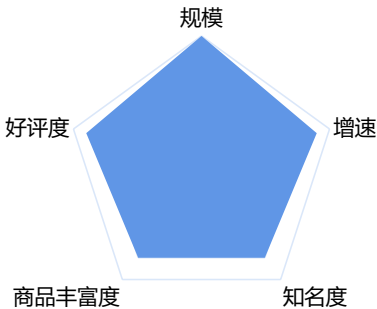
Costa/咖世家

农夫山泉 (炭仸)

魔镜潜力评级



品牌竞争力



+321.8%

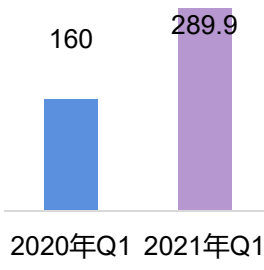
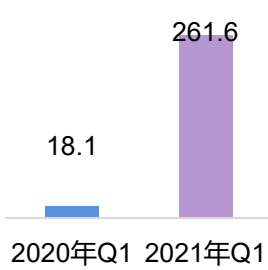
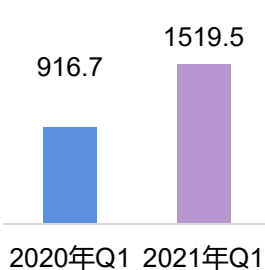
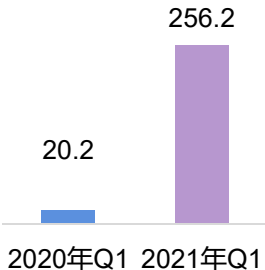
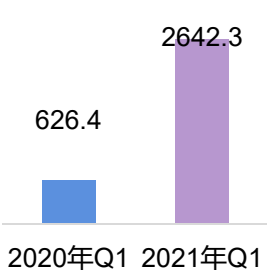
+11.8倍

+65.8%

+13.5倍

+81.2%

市场规模
(万元)



即饮咖啡 季度爆品



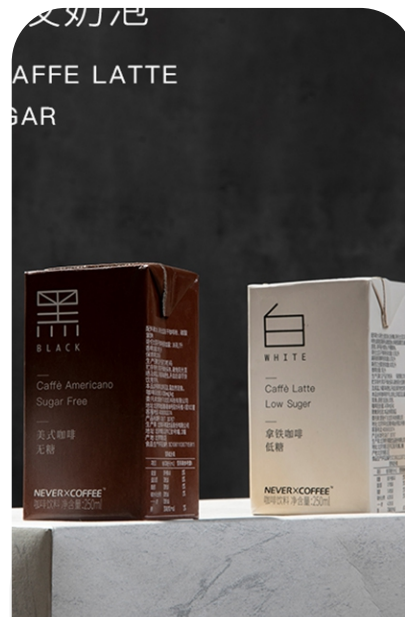
商品名:
星巴克
瓶装星冰乐

关键词:
缤纷口味、外观好看



商品名:
雀巢咖啡
即饮丝滑拿铁

关键词:
性价比高、口感好



商品名:
Never Coffee
盒装即饮咖啡

关键词:
高颜值、口味醇厚



商品名:
Costa
即饮咖啡（美式、拿铁）

关键词:
味道醇正、价格合适



商品名:
农夫山泉炭欠
即饮咖啡

关键词:
0糖、0脂肪、0能量

奶枣

奶枣是2020年下半年新出现的零食类型，软绵的奶粉包裹着香甜的红枣，中间再夹上一颗脆香的果仁，好吃的味道与丰富的口感使其很快成为了名声大噪的网红零食。

在奶枣受到消费者热烈追捧的同时，很多零食大品牌如三只松鼠、百草味开始进入奶枣市场，以品牌影响力迅速占据市场。

年初有部分奶枣检测出新冠阳性对整个市场产生了不小的冲击，使得销售额快速下降，但不妨碍奶枣成为2021第一季度最火爆的零食新概念。



消费者认知



奶枣

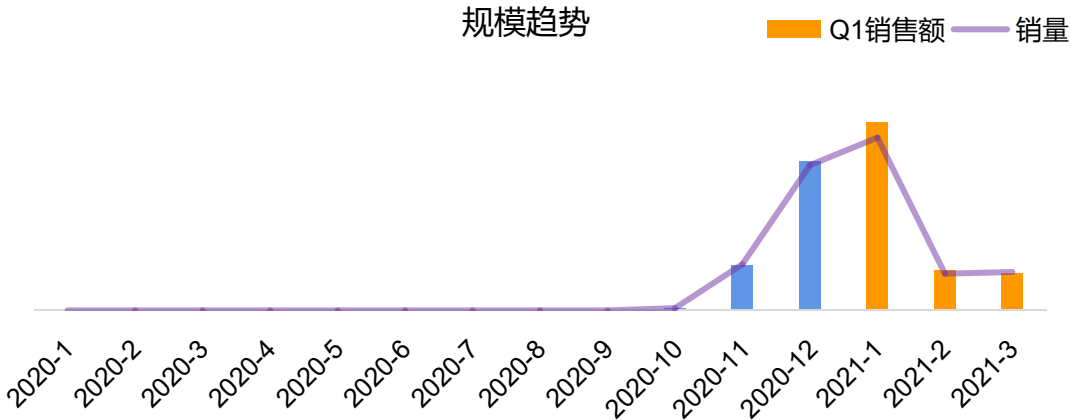
行业聚焦

3.2 亿元

2021Q1淘宝天猫销售额

New

同比增长



	发布数	互动量
微博	105426	2353150
抖音	13691	1914386
小红书	17265	127201

商家数 (万)		商品数 (万)		CR5份额	
2021年Q1	0.5	2021年Q1	0.8	2021年Q1	35%
2020年Q1	0.0	2020年Q1	0.0	2020年Q1	0%

奶枣

重点品牌



奶枣 季度爆品



商品名:
枣粮先生
奶枣

关键词:
自主研发、独立包装



商品名:
好想你
奶枣

关键词:
软糯、奶香浓郁



商品名:
三只松鼠
奶芙枣

关键词:
好吃、新西兰进口奶粉



商品名:
百草味
抱抱果奶枣

关键词:
饱满酥脆、无香精添加



商品名:
零食宣言
雪肤奶枣

关键词:
黄金比例

头皮护理



魔镜市场情报
MOOJING.COM

随着工作压力和烫染次数的增加，护发防脱成为都市年轻人的一大关注点。头皮作为头发的“土壤”，在一定程度上影响着头发的健康程度。

头皮护理作为专门针对头皮的清洁剂，从根源上解决秀发问题。

市场销售额中，进口品牌有卡诗，柳屋等；国产品牌有且初和霸王等。



消费者认知



头皮护理

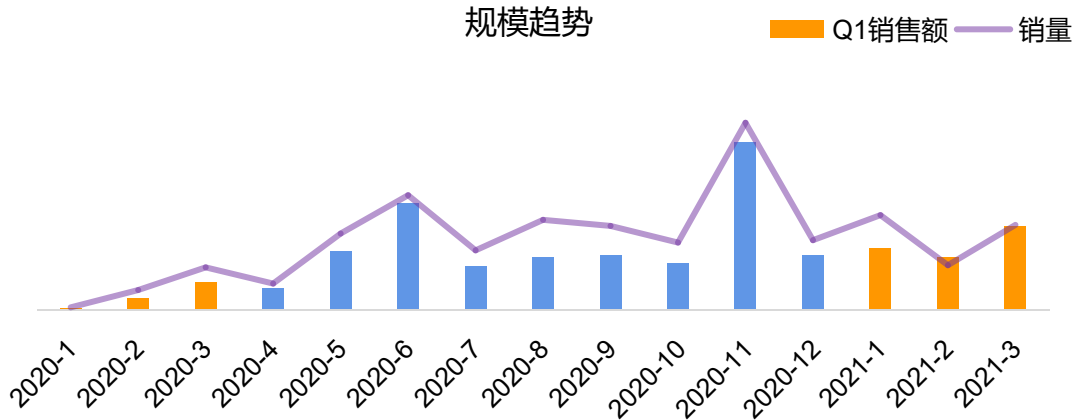
行业聚焦

5814 万元

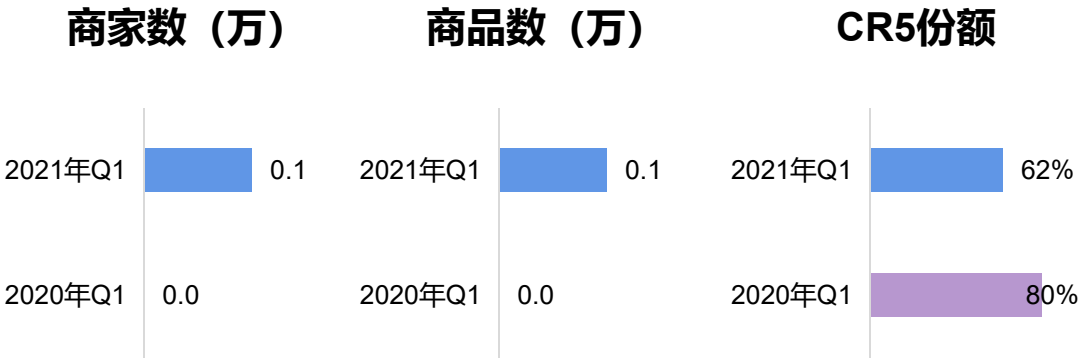
2021Q1淘宝天猫销售额

358.5%

同比增长



	发布数	互动量
微博	13900	1170932
抖音	4039	343655
小红书	12035	162340



KERASTASE/卡诗

KIMTRUE/且初

YANAGIYA/柳屋

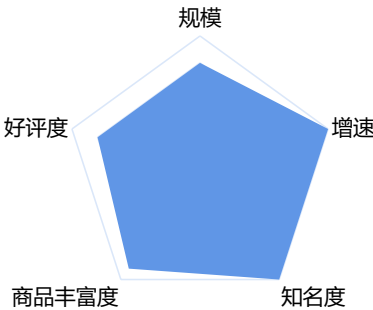
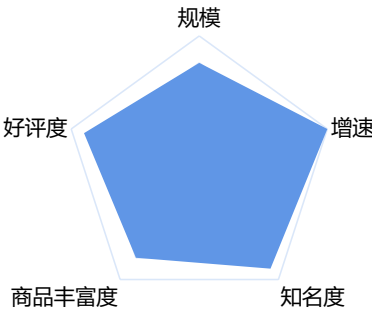
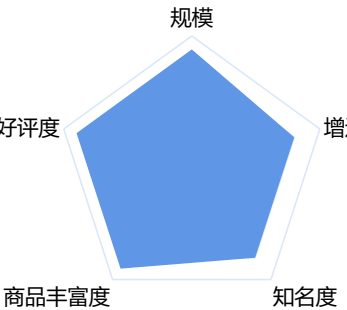
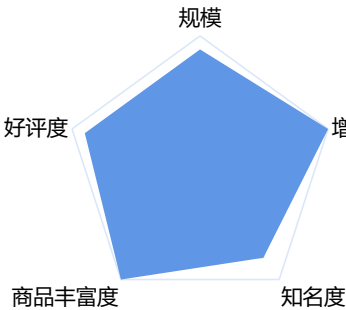
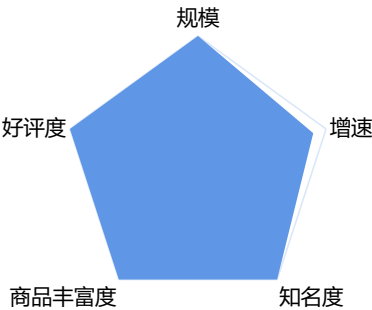
Ouai

Aveda

魔镜潜力评级



品牌竞争力



+39倍

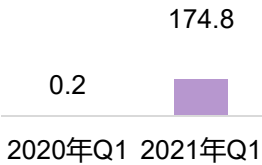
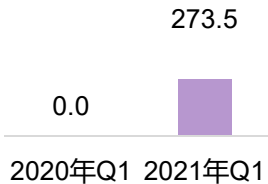
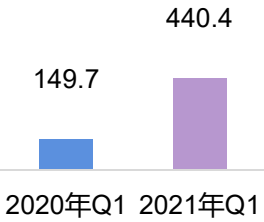
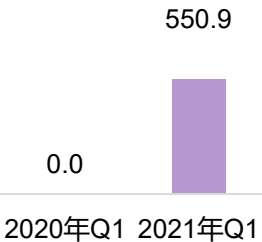
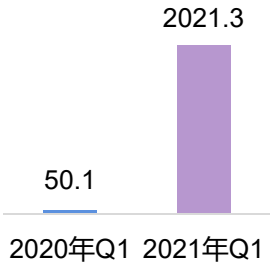
NEW

+194.3%

NEW

+749倍

市场规模
(万元)



头皮护理

季度爆品



魔镜市场情报
MOOJING.COM



商品名:
KERASTASE/卡诗
赋源芯丝头皮防脱精华液

关键词:
稳固发根, 维稳头皮



商品名:
KIMTRUE/且初
头皮净透凝露

关键词:
定制头皮养护



商品名:
YANAGIYA/柳屋
焕亮理肤素颜乳

关键词:
育发、生发



商品名:
OUAI
头皮身体磨砂膏

关键词:
白糖颗粒、呵护头皮



商品名:
Aveda
丰盈强韧头皮焕活精华

关键词:
精华质地, 护肤

男士BB霜

化妆不再成为女性专属的事情了。男士为了让自己的外形更加整洁干净，男士专用BB霜进入了大众的视野。

男士BB霜主打轻薄，透亮，持久，防汗。有的还能提供日常防护，阻挡紫外线等功能。

市场中有欧莱雅，布兰朵这类综合性护肤化妆品公司，也有SHAKEUP，理然和左颜右色此类专做男士个护的品牌。



消费者认知



男士BB霜

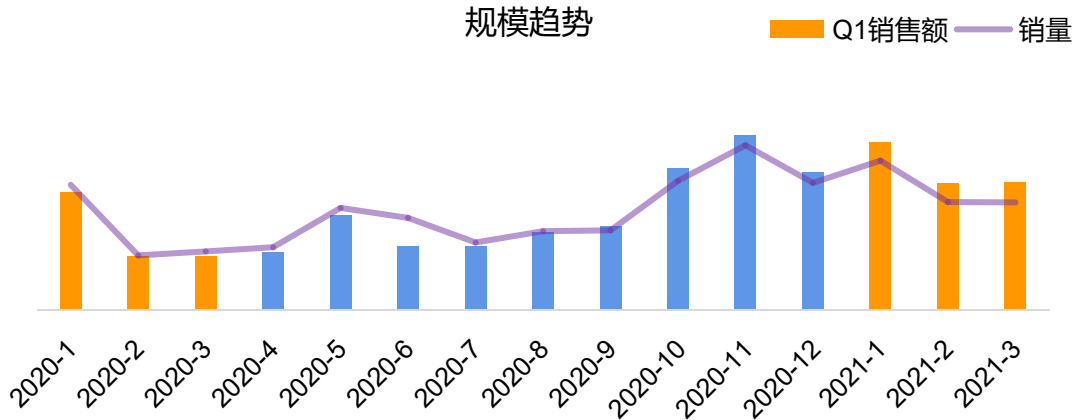
行业聚焦

1.0 亿元

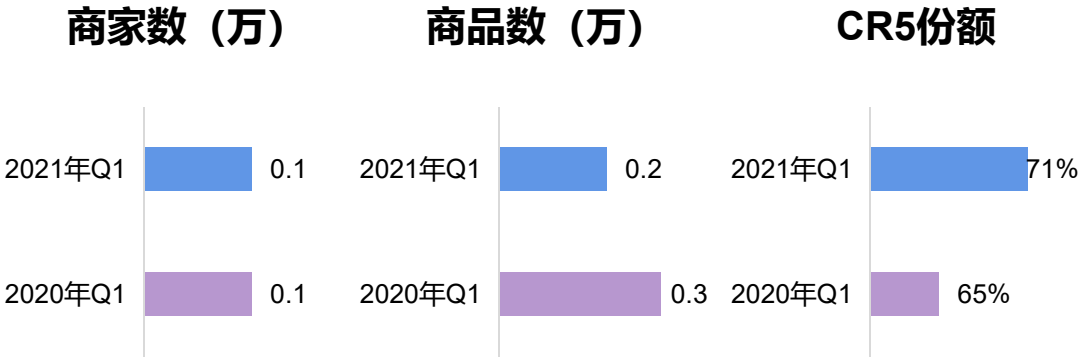
2021Q1淘宝天猫销售额

86.7%

同比增长



	发布数	互动量
微博	6029	61513
抖音	922	22280
小红书	3703	23178



男士BB霜

重点品牌

L'OREAL /欧莱雅

左颜右色

理然

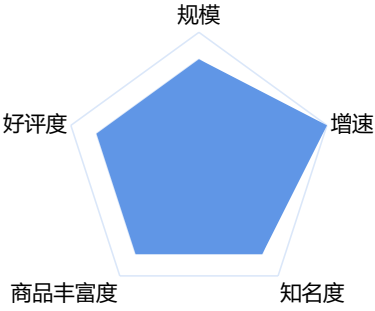
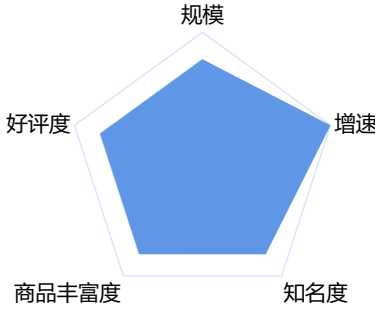
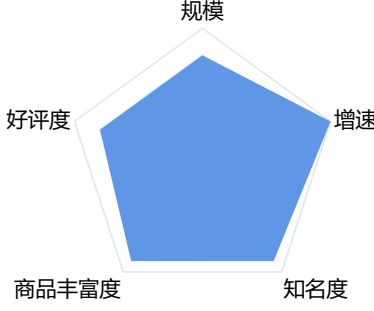
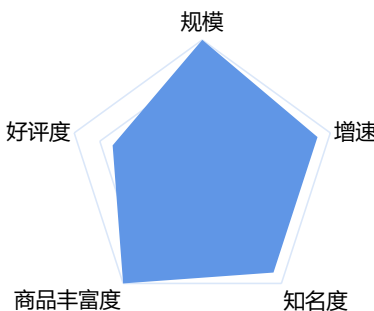
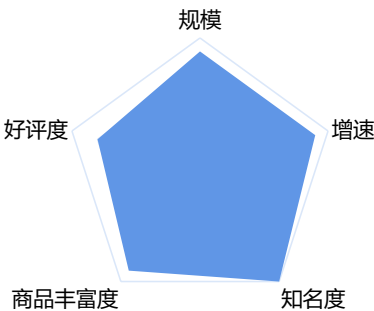
布兰朵

SHAKEUP

魔镜潜力评级



品牌竞争力



+23倍

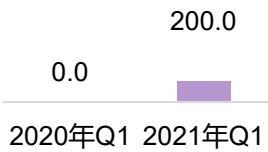
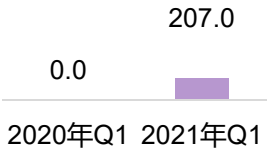
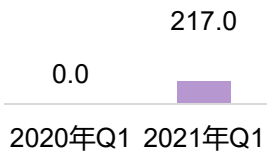
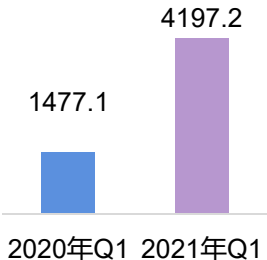
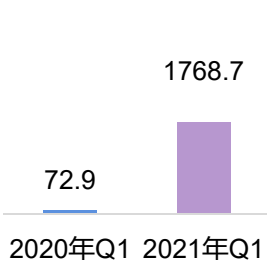
+184.1%

NEW

NEW

NEW

市场规模
(万元)



男士BB霜 季度爆品



商品名：
L'OREAL /欧莱雅
男士修颜乳

关键词：
清爽、养肤



商品名：
左颜右色
自然若真 男士素颜霜

关键词：
自然亮肤、无需卸妆



商品名：
理然
焕亮理肤素颜乳

关键词：
轻薄易推、滋润保湿



商品名：
布兰朵
男士轻透素颜霜

关键词：
智能调色、不假白



商品名：
SHAKEUP
滋润亮白遮瑕BB霜

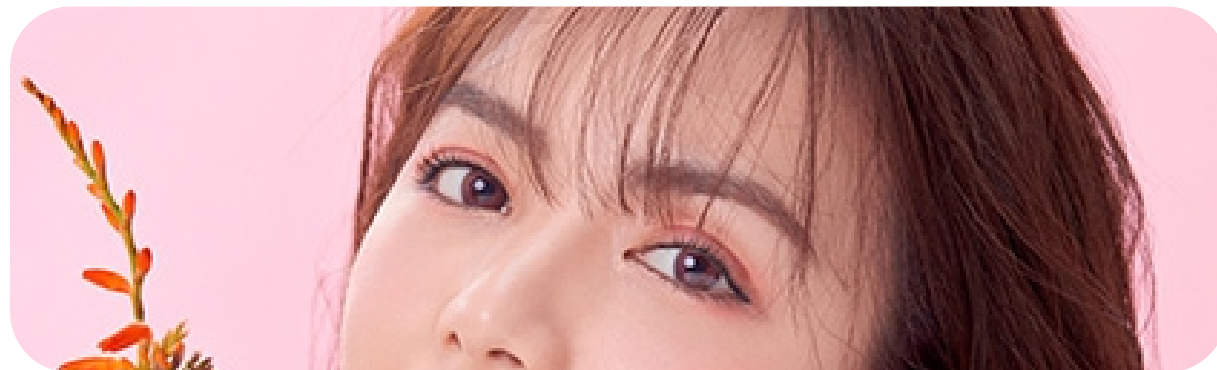
关键词：
自然持久、护肤

美瞳

美瞳是彩色隐形眼镜的一种，可以改变原有的瞳孔颜色，已然成为爱美人士必不可少的一部分。美瞳的花色五花八门，直径长度也不相同，可以通过不同的妆容服饰选择不同花色的美瞳。

美瞳根据可以使用的时间长短可以分为：日抛，月抛，季抛、半年抛和年抛。品牌主要通过创新花色从而推出新品。

市场中主要的美瞳品牌有：Moody、拉拜诗、可啦啦、米塔塔、海昌等品牌。



消费者认知



美瞳

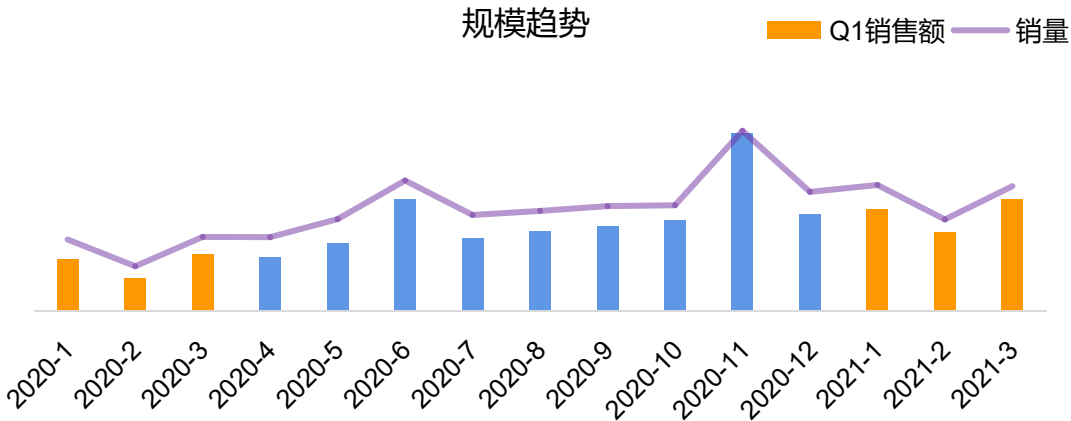
行业聚焦

11.4 亿元

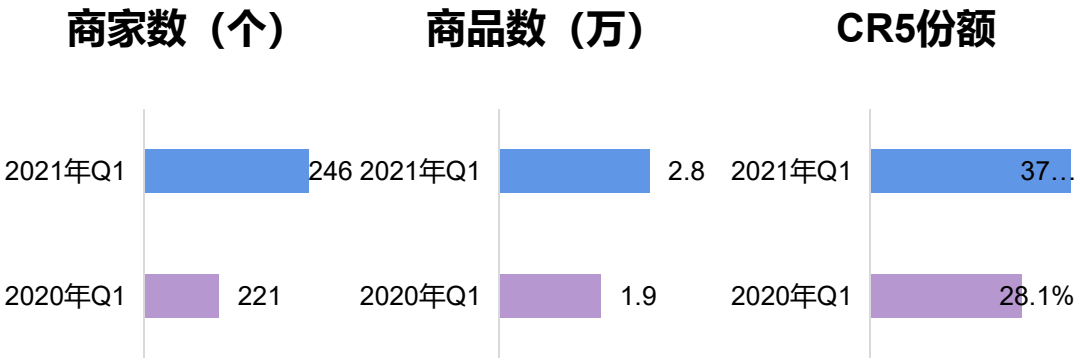
2021Q1淘宝天猫销售额

106.6%

同比增长



	发布数	互动量
微博	390659	5235997
抖音	28086	4990356
小红书	141058	1037030



美瞳
重点品牌

Moody

LaPecche/拉拜诗

可啦啦

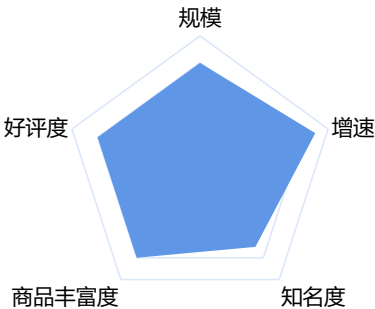
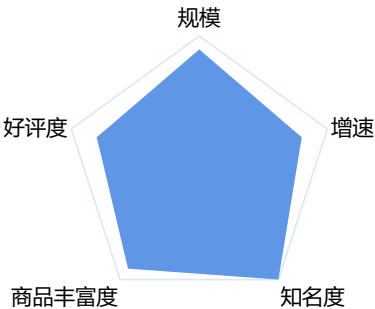
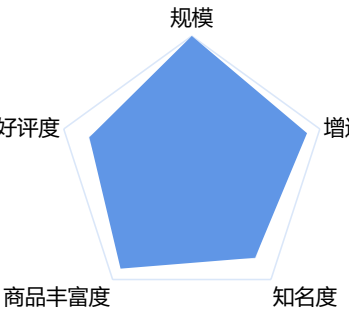
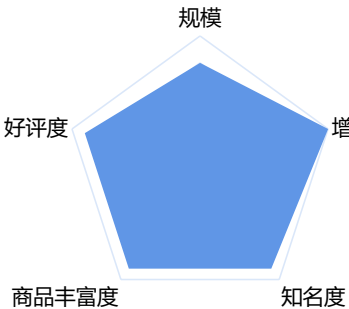
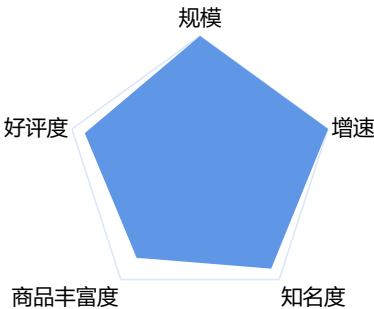
海昌

mitata/米塔塔

魔镜潜力评级



品牌竞争力



+75倍

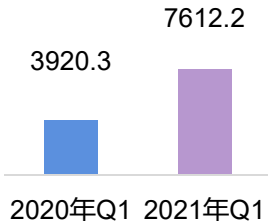
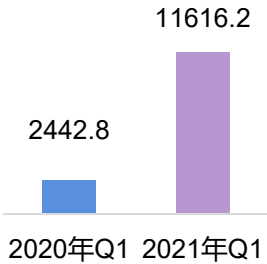
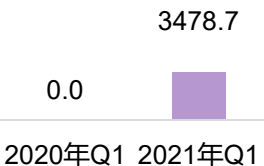
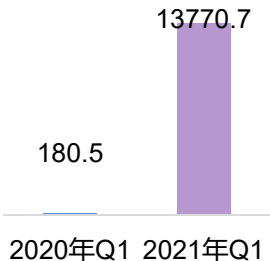
NEW

+375.5%

+94.2%

+702%

市场规模
(万元)



美瞳 季度爆品



商品名：
Moody
经典畅销款

关键词：
镜片柔软



商品名：
LaPeche/拉拜诗
伞语系列

关键词：
和伞的匠人精神



商品名：
可啦啦
玻尿酸日抛

关键词：
玻尿酸保湿



商品名：
mitata/米塔塔
非离子美瞳日抛

关键词：
明星网红达人同款



商品名：
海昌
星眸霓虹

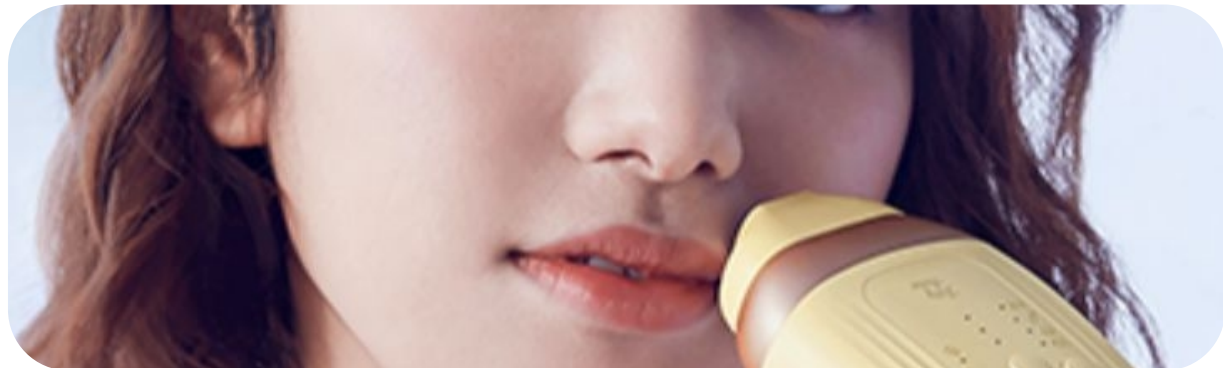
关键词：
霓虹系列

脱毛仪

随着天气转暖，曾经爱美女生为了避免“毛茸茸”的尴尬，选择去美容院脱毛。随着科技的进步，家用脱毛仪进入大众的事业。

主流家用脱毛仪采用IPL强脉冲光技术，也有脱毛仪另辟蹊径，采用了半导体激光技术。

市场上常见的进口脱毛仪品牌有SmoothSkin、JOVS、Ulike等，国产品牌有Kitty Annie/小猫安妮、AMIRO等。



消费者认知



脱毛仪

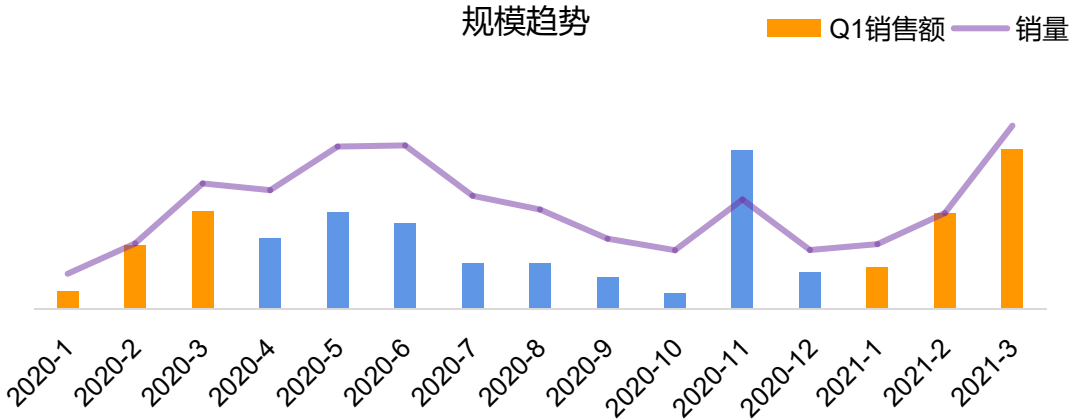
行业聚焦

14.5 亿元

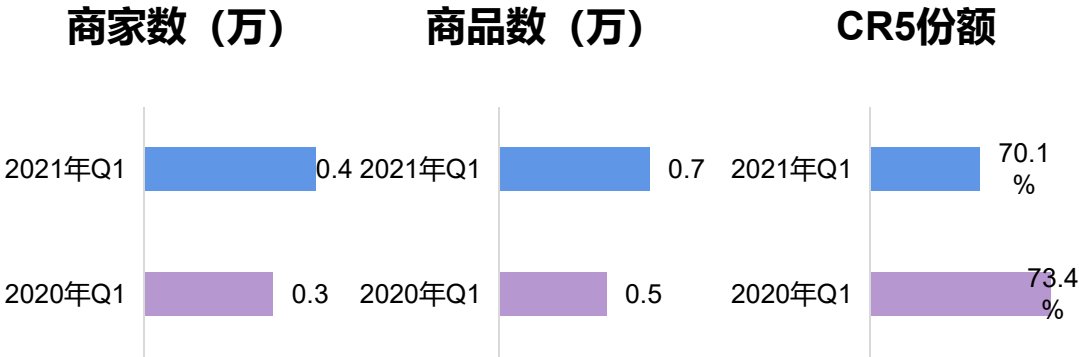
2021Q1淘宝天猫销售额

64.4%

同比增长



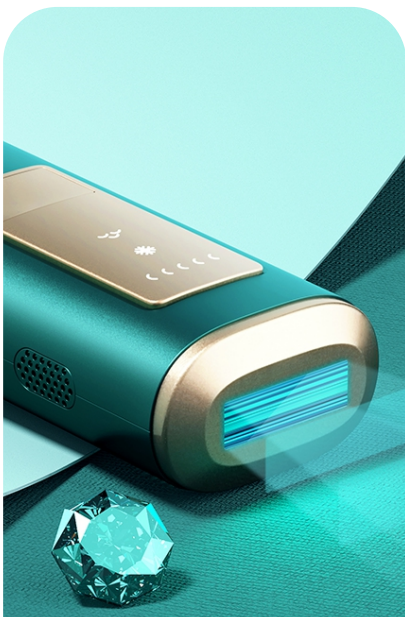
	发布数	互动量
微博	60791	2398363
抖音	929	163449
小红书	20577	238168



脱毛仪
重点品牌



脱毛仪 季度爆品



商品名:
Ulike
蓝宝石冰点激光家用脱
毛仪

关键词:
蓝宝石冰点技术



商品名:
JOVS
光子嫩肤脱毛仪

关键词:
高端院线级、无缝贴合



商品名:
SmoothSkin
Pure脱毛仪

关键词:
智能测肤



商品名:
Kitty Annie/小猫安妮
T11脱毛仪

关键词:
高能量



商品名:
amiro
红光波脱毛仪PRO
MAX

关键词:
红光波

水牙线/冲牙器

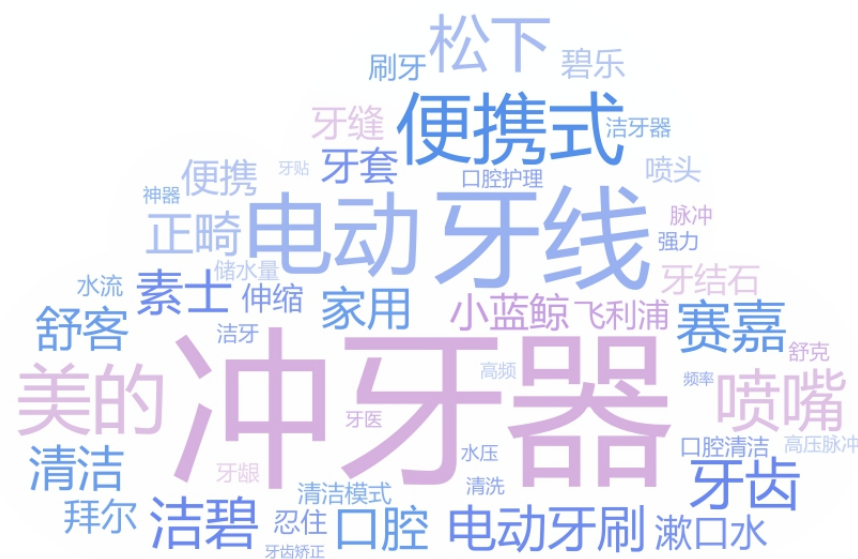
牙齿健康问题越来越引起大众的关注。与其接受被牙医支配的恐惧和高昂的治疗费用，不如坚持保持口腔健康。

水牙线通过水流冲刷口腔的方式将隐蔽位置的污垢冲洗出来，达到口腔的全面清洁。

市场上水牙线的品牌主要有USMILE、素士、倍至、洁碧、米家等。



消费者认知



水牙线/冲牙器

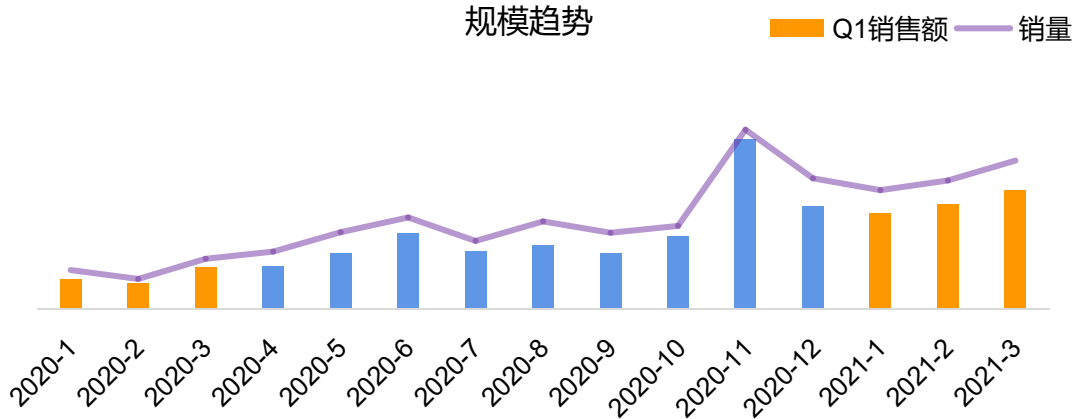
行业聚焦

5.4 亿元

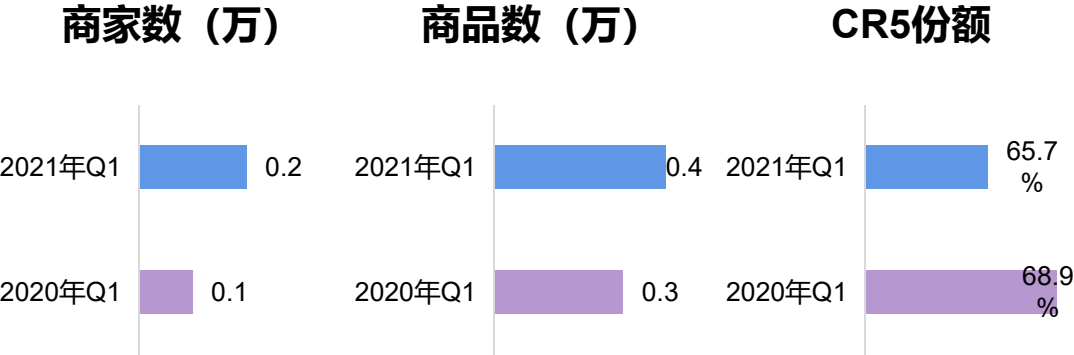
2021Q1淘宝天猫销售额

225%

同比增长



	发布数	互动量
微博	46622	865180
抖音	4251	621279
小红书	8663	174269



水牙线/冲牙器

重点品牌

USMILE

素士

bixdo/倍至

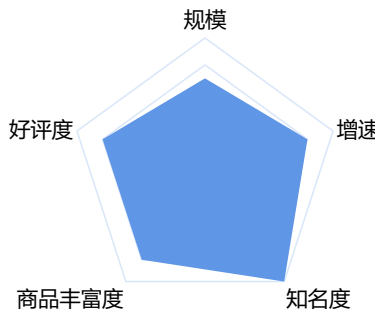
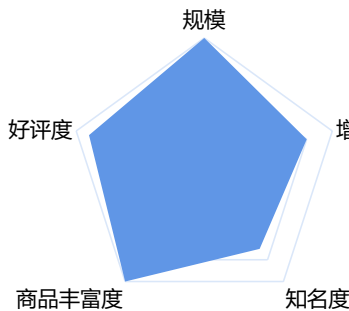
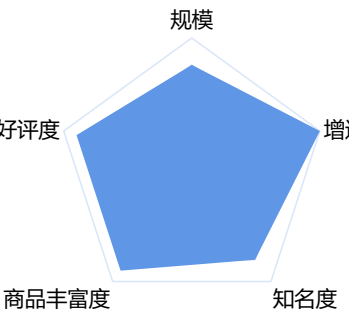
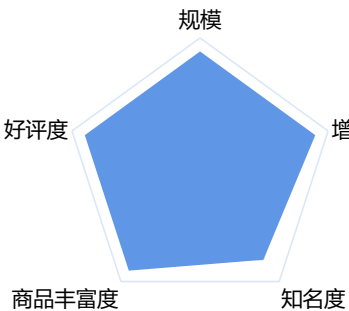
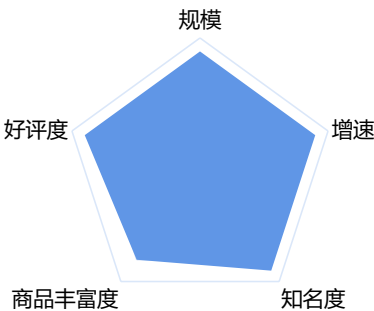
waterpik/洁碧

MIJIA/米家

魔镜潜力评级



品牌竞争力



NEW

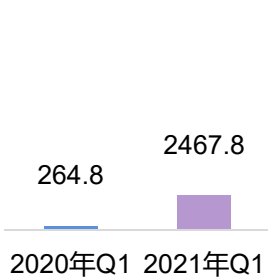
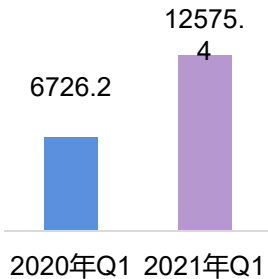
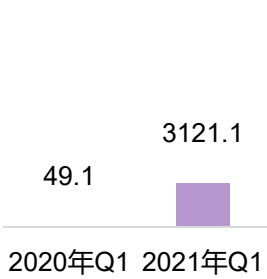
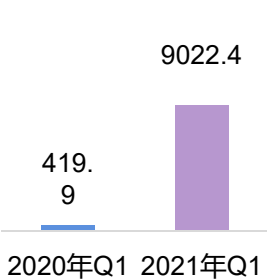
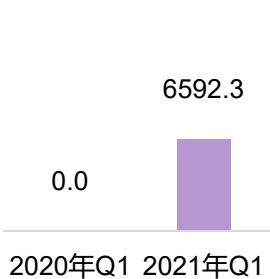
+20倍

+63倍

+87%

+832.1%

市场规模
(万元)



水牙线/冲牙器

季度爆品



魔镜市场情报
MOOJING.COM



商品名:
USMILE
C1冲牙器

关键词:
便携, 舒适



商品名:
素士
W1冲牙器

关键词:
可搭配漱口水使用



商品名:
bixdo/倍至
A30冲牙器

关键词:
轻便小巧



商品名:
waterpik/洁碧
GS10-1冲牙器

关键词:
一键操作、智能记忆



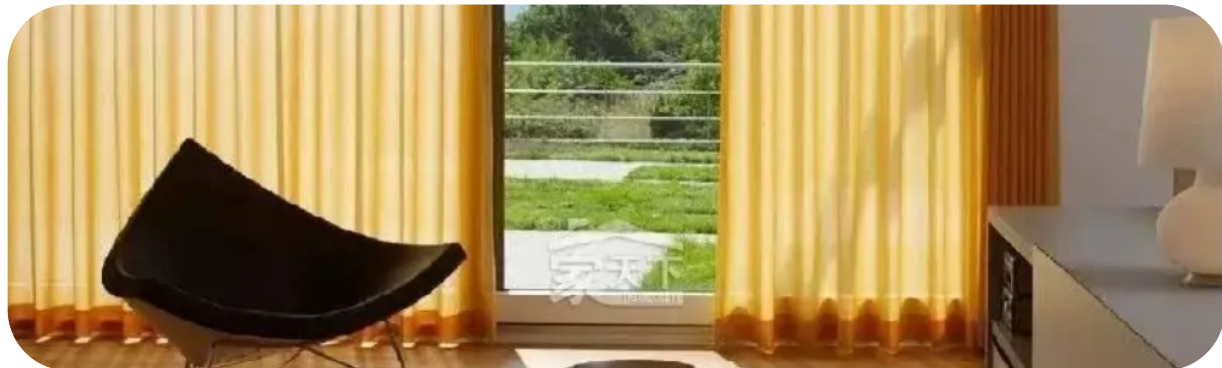
商品名:
MIJIA/米家
电动冲牙器

关键词:
动力强劲, 4款模式

电动窗帘

作为家居用品智能化的代表，电动窗帘市场的发展方兴未艾。相较于传统的窗帘，智能窗帘在此基础上增加了语音控制，手机控制，定时开关，遥控器控制等功能。

目前电动窗帘市场已经成为构建智能家居场景的重要一环，引得巨头纷纷入场；市场中既有智阳等传统做窗帘的品牌，也吸引了米家等互联网巨头品牌纷纷入局，意图完善自身家居场景逻辑闭环；不同的电动窗帘能支持不同品牌的智能音箱，产生联动效应；



消费者认知

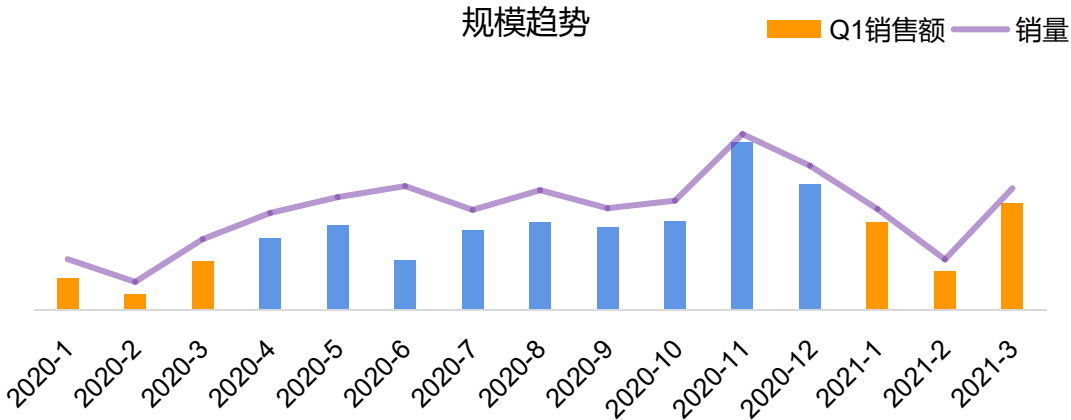


1.1 亿元

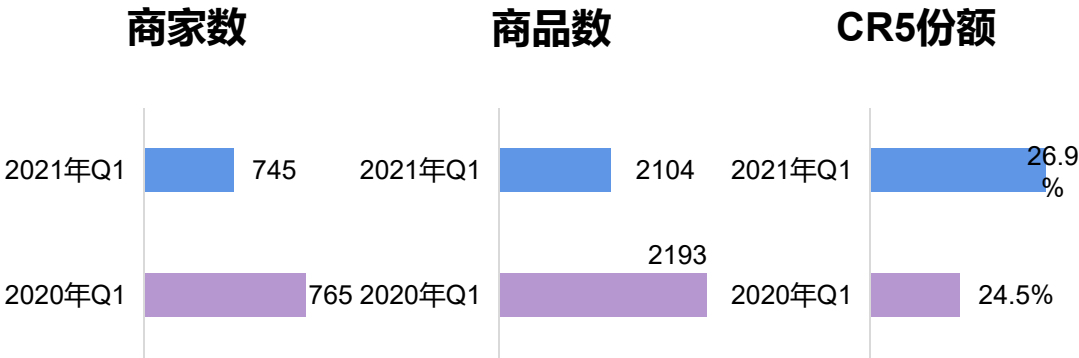
139.6%

2021Q1淘宝天猫销售额

同比增长



	发布数	互动量
微博	2404	108301
抖音	4934	98560
小红书	2171	21706



DOOYA/杜亚

科创者

AQara

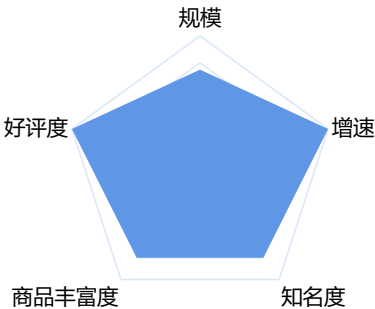
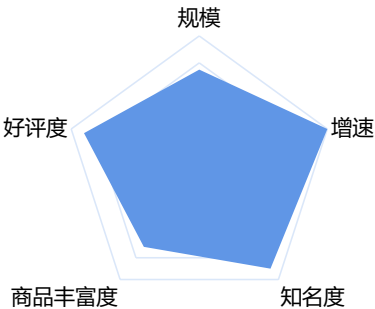
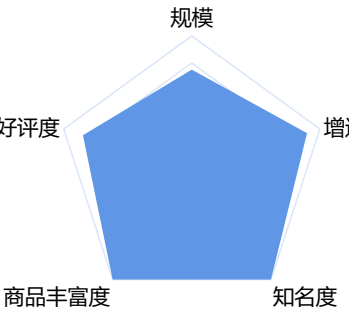
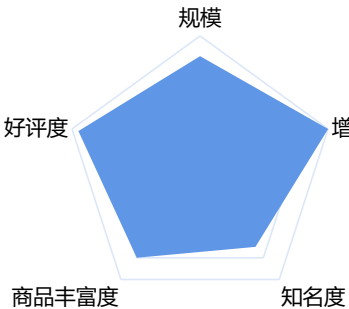
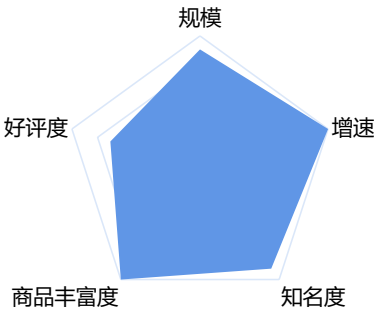
orvibo/欧瑞博

MEEHLX/咪呵

魔镜潜力评级

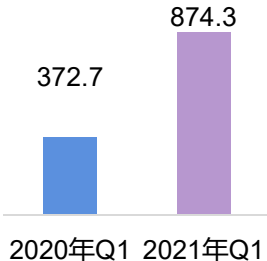


品牌竞争力

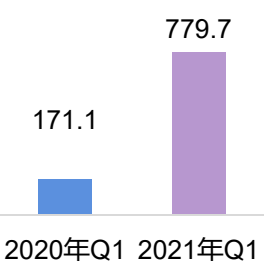


市场规模
(万元)

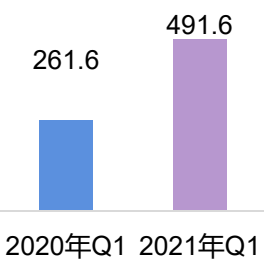
+134.6%



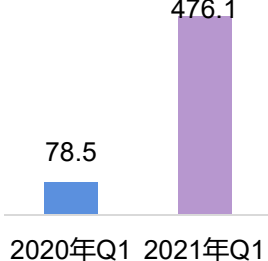
+355.7%



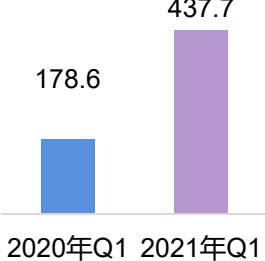
+87.9%



+506.4%



+145.1%



电动窗帘 季度爆品



商品名:
小米
遥控电动窗帘轨道

关键词:
语音控制、智能定时



商品名:
欧瑞博
电动窗帘轨道

关键词:
电机不错，轨道质量佳



商品名:
科创者
智能窗帘

关键词:
可升级电机，连接两大
智能平台



商品名:
杜亚
电动窗帘轨道

关键词:
低音，定时开关



商品名:
CM
电动窗帘电机轨道

关键词:
定时，手拉启动

电热杯

魔镜市场情报
MOOJING.COM

电热杯是能够方便携带的烧水杯，具有智能温控功能。微处理器监控加热状态和可以实时显示温度值，用户可以直观的看到实时的饮品温度。

电热杯十分方便，受到了大家的欢迎。适用于学生宿舍、公司企业上班族、家用等。电热杯可以用来烧水，煮粥，煮面，煮鸡蛋。

由于电热杯行业的技术壁垒较低，开始时行业集中度不高；但随着摩飞，东菱，苏泊尔等电器制造商的布局，销售量和行业集中度均呈上升态势。

消费者认知



电热杯

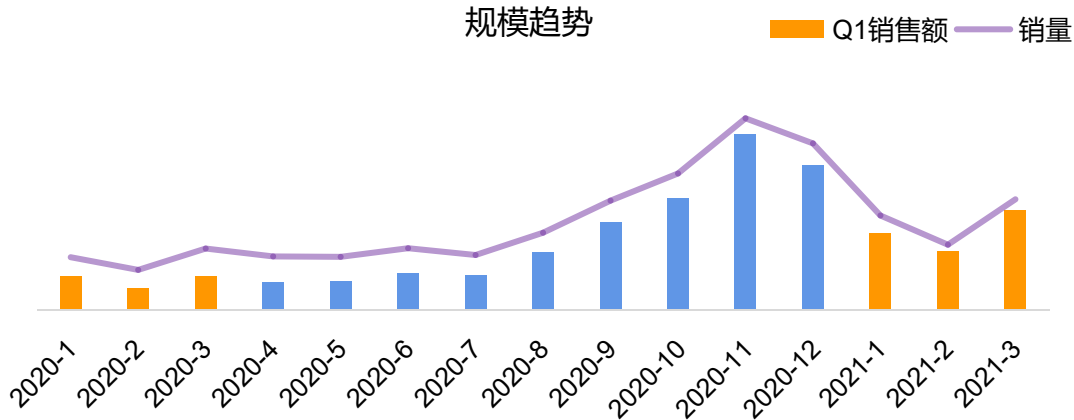
行业聚焦

0.8 亿元

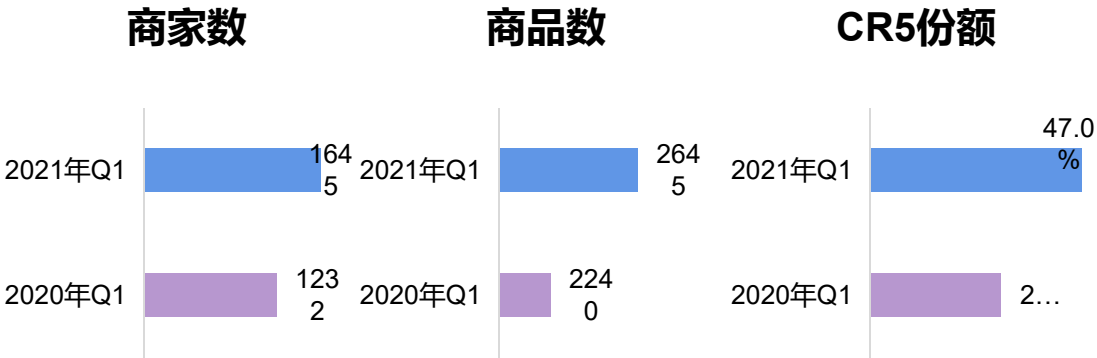
160.2%

2021Q1淘宝天猫销售额

同比增长



	发布数	互动量
微博	413	2852
抖音	164	543
小红书	60	806



电热杯
重点品牌

MORPHY RICHARDS
/摩飞电器

东菱

小南瓜

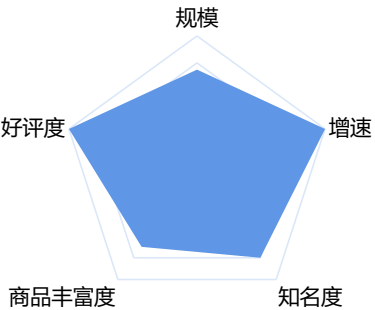
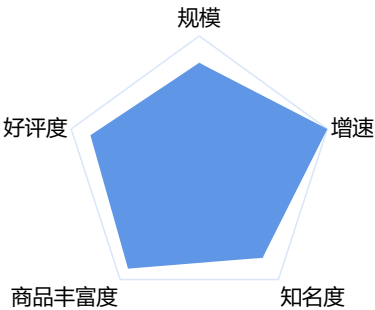
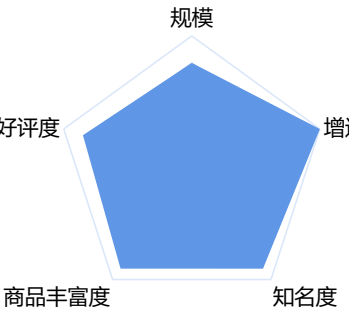
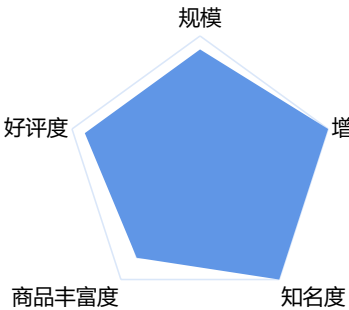
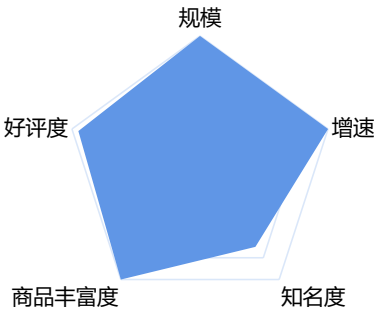
SUPOR/苏泊尔

DAEWOO/大宇

魔镜潜力评级

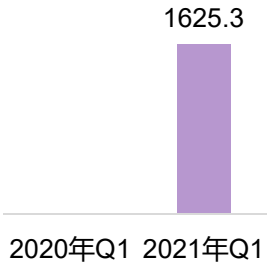


品牌竞争力

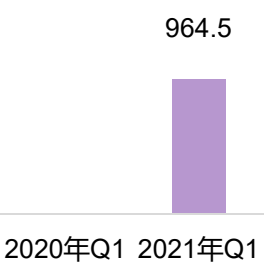


市场规模
(万元)

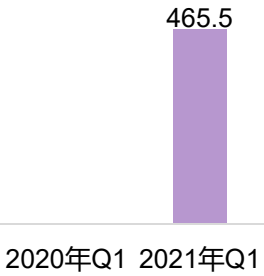
NEW



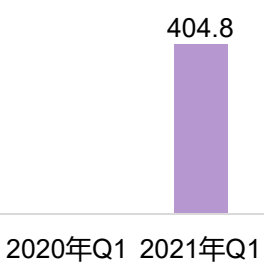
NEW



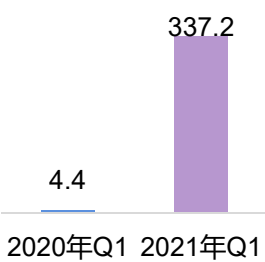
NEW



NEW



+76倍



电热杯

季度爆品



魔镜市场情报

MOOJING.COM



商品名:
东菱
加热烧水杯

关键词:
烧水、随身携带



商品名:
摩飞
加热烧水养生杯

关键词:
一键调温、便携保温



商品名:
小南瓜
养生电炖杯

关键词:
小巧，长效保温



商品名:
苏泊尔
养生电炖杯

关键词:
小巧，低噪，保温



商品名:
Moido
速热随行杯

关键词:
颜值高，可视温显

炒菜机



魔镜市场情报
MOOJING.COM

作为今年大火的自动炒菜机除了可以炒菜，并具有煎，烹，炸，蒸，煮，炖，烙，烤等功能。该产品的推广普及，可望引起厨房里的一场革命，从而改变人们的饮食观念和生活方式。

目前炒菜机市场已经衍生了不同的外延功能，例如自动洗菜洗锅，和面，制作饮品等。

由于有一定的技术壁垒，商家数和商品数均较少，行业集中度不断提高。且不同品牌和型号的炒菜机价格差异巨大，从百元到万元的价位均有品牌布局。



消费者认知



炒菜机

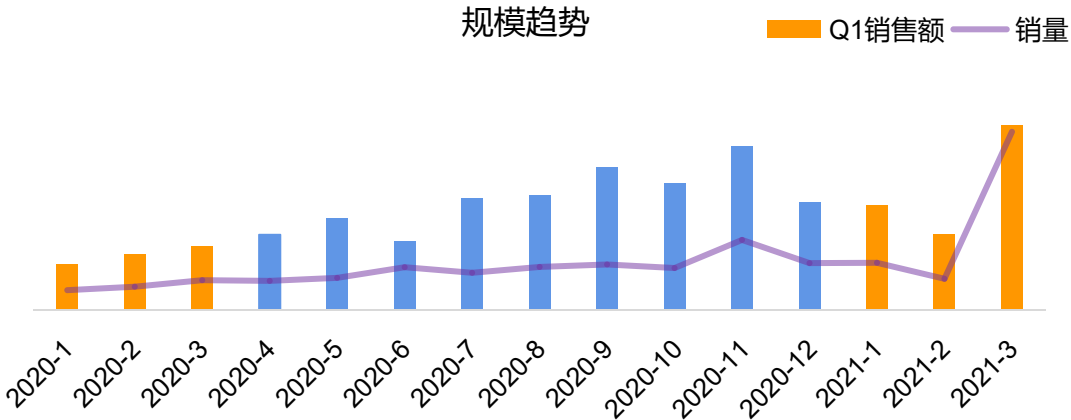
行业聚焦

0.71亿元

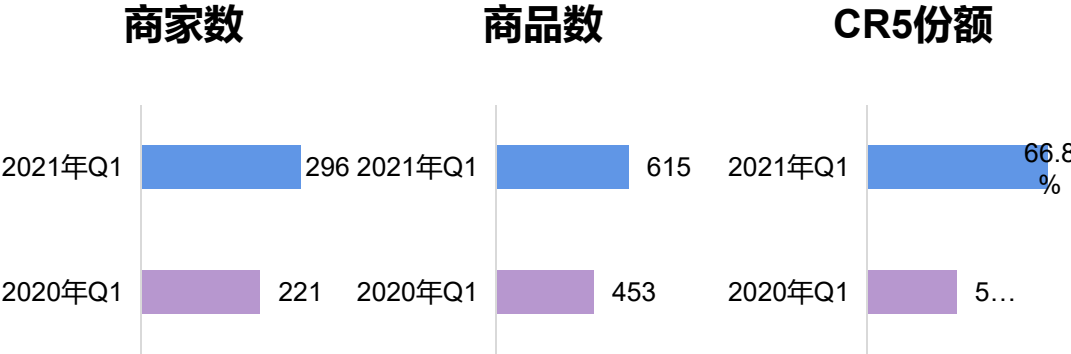
2021Q1淘宝天猫销售额

119.8%

同比增长



	发布数	互动量
微博	1986	63049
抖音	1534	447707
小红书	1122	12233



炒菜机
重点品牌



炒菜机

季度爆品



魔镜市场情报

MOOJING.COM



商品名：
三食黄小厨
智能烹饪机

关键词：
一机20用，健康无油烟



商品名：
饭来M1
自动炒菜机

关键词：
一键烹饪，海量食谱



商品名：
九阳J7
全自动炒菜机

关键词：
油烟少，视频语音教学



商品名：
德国赛米控
炒菜机器人

关键词：
十三档火力，自动翻炒



商品名：
驰能
炒菜机器人

关键词：
大型商用，自清洗

吸拖洗一体机

在消费升级的推动下，对中国家庭而言，先扫后拖的清洁习惯催生出吸拖一体机这一新兴家庭清洁工具。吸拖洗一体机是传统的地面清洁方式高度集成的产物。不用扫地，可以直接吸尘、拖地、洗地，方便又省力。

目前，市面上的吸拖一体机品牌和产品非常繁杂，老牌如飞利浦、美的，新贵品牌如必胜、洒拖、添可等均在此赛道布局。



消费者认知



吸拖洗一体机

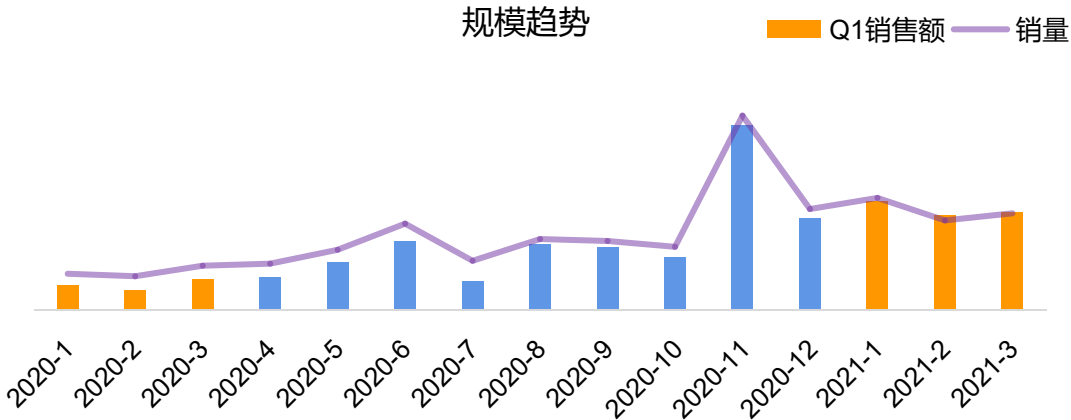
行业聚焦

11.8亿元

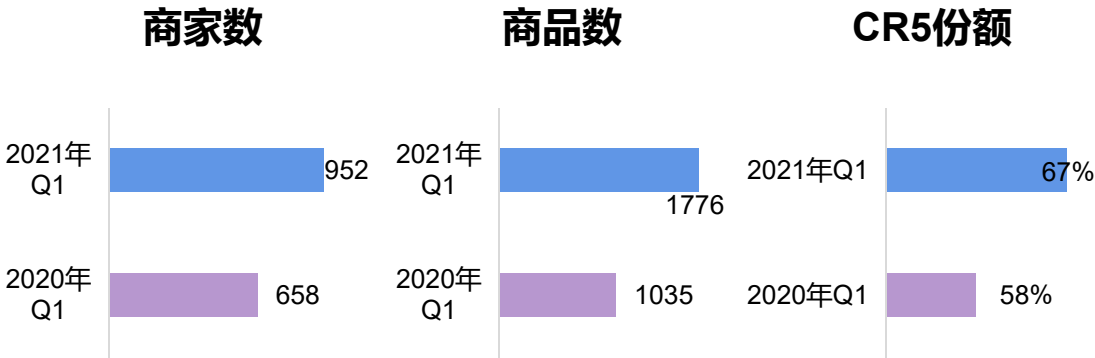
2021Q1淘宝天猫销售额

291.5%

同比增长



	发布数	互动量
微博	49878	3044638
抖音	5360	284427
小红书	21728	312889



吸拖洗一体机

重点品牌

TINECO/添可

NARWAL/云鲸

uoni/由利

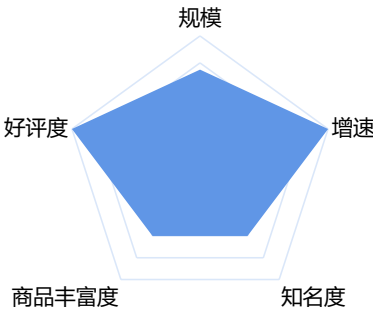
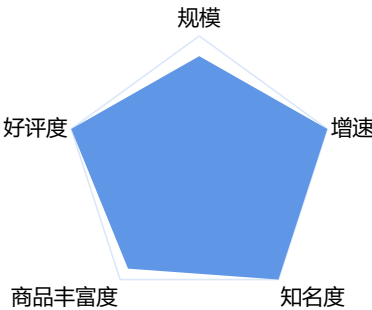
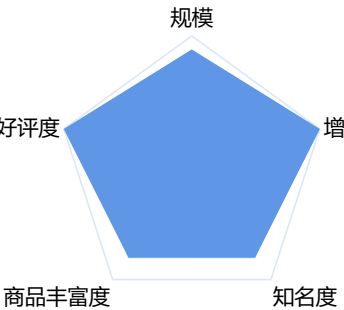
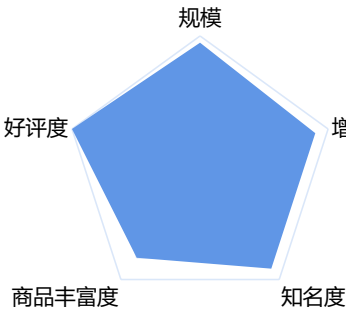
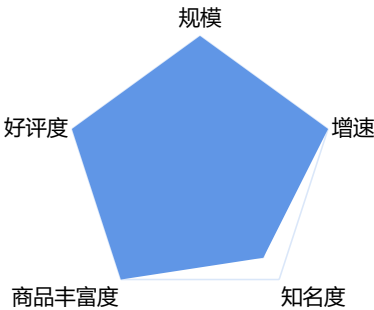
BISSELL/必胜

热魔方

魔镜潜力评级

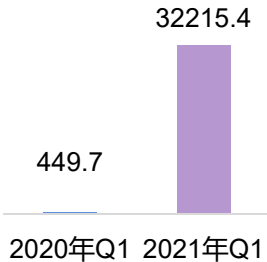


品牌竞争力

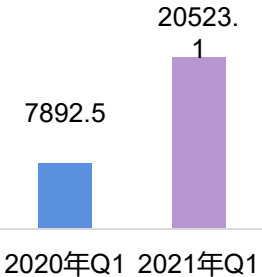


市场规模
(万元)

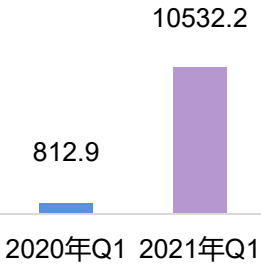
+70倍



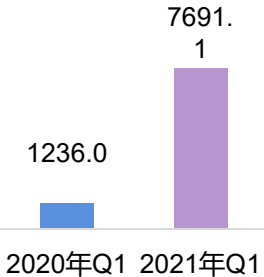
+160%



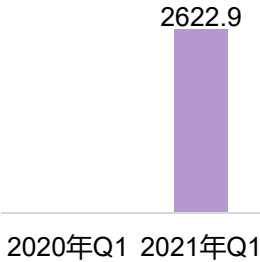
+12倍



+522.3%



NEW



吸拖洗一体机

季度爆品



魔镜市场情报

MOOJING.COM



商品名：
TINECO添可
吸拖洗一体机

关键词：
低噪，动力强



商品名：
云鲸小白鲸
吸拖洗一体机

关键词：
大粒水果、工艺更健康



商品名：
日本uoni由利
吸拖洗一体机

关键词：
智能，持久，洁净



商品名：
Bissell 必胜
吸拖洗一体机

关键词：
干湿可吸，一键清洁



商品名：
海尔
吸拖洗一体机

关键词：
吸力调节，水量调节

折叠洗衣机

洗衣机早已成为人们生活中的必需品。但是对于年轻人而言，洗衣机存在三大痛点：1.袜子，内衣内裤等贴身衣物难以放在洗衣机中清洗；2.对于租房族而言，洗衣机不方便携带；3.很难进行少量，高频次的衣物清洗，不适合一个人用；折叠洗衣机具有便携，小型，耗水少的特点，很好地解决了这一用户痛点。

目前折叠洗衣机市场上既有摩鱼，威力等主营折叠洗衣机的品牌；也吸引了扬子，小熊，奥克斯，长虹，小米等头部品牌纷纷强势入局。



消费者认知



折叠洗衣机

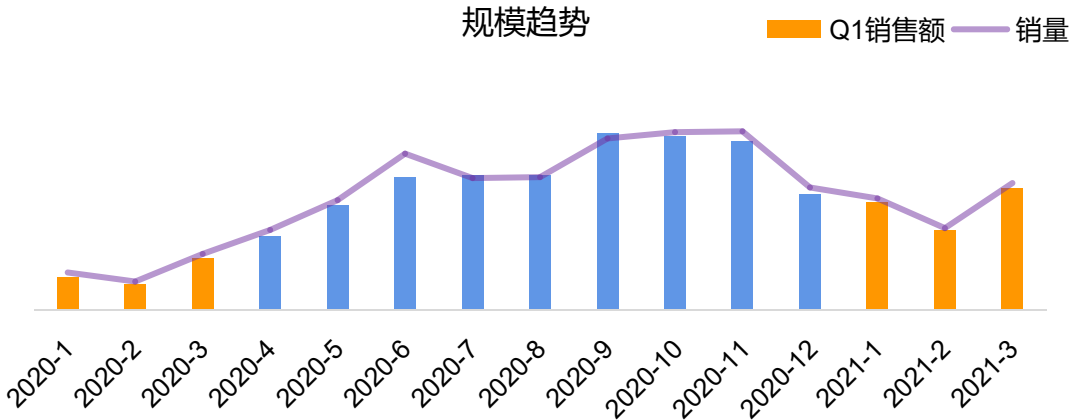
行业聚焦

1.1 亿元

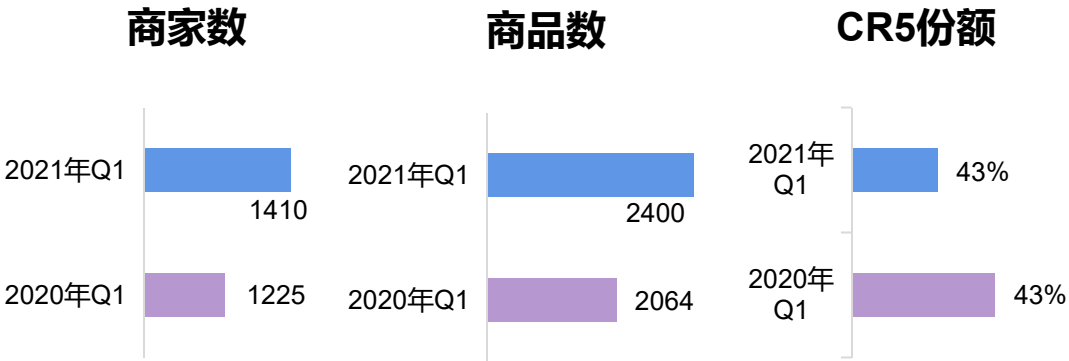
176.2%

2021Q1淘宝天猫销售额

同比增长



	发布数	互动量
微博	3032	185095
抖音	922	72275
小红书	1847	53463



折叠洗衣机
重点品牌

摩鱼

威力

Yangzi/扬子

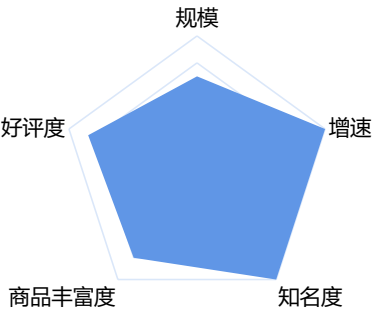
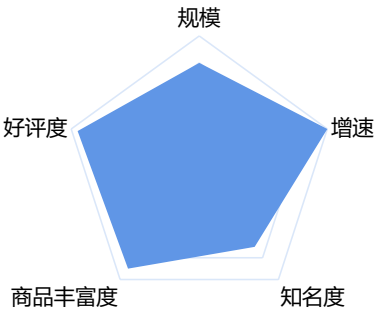
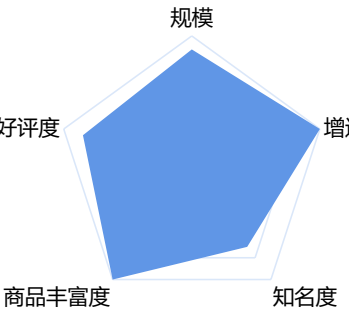
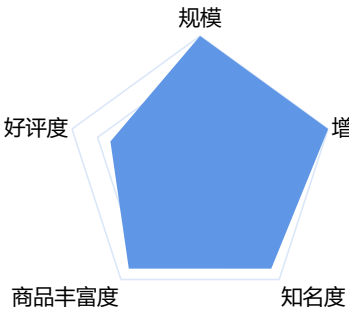
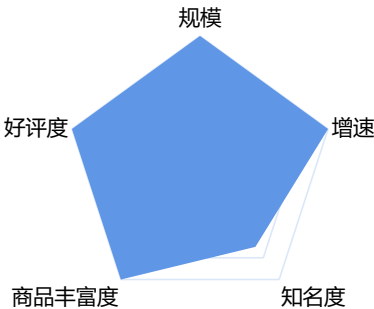
Soseki

Bear/小熊

魔镜潜力评级

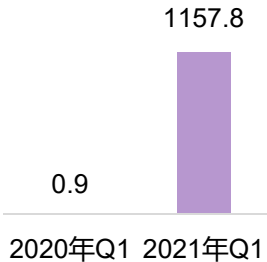


品牌竞争力

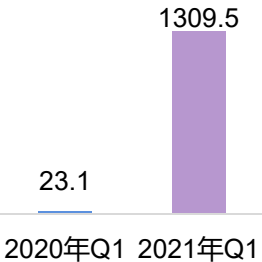


市场规模
(万元)

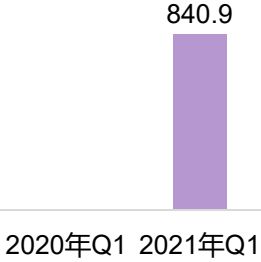
NEW



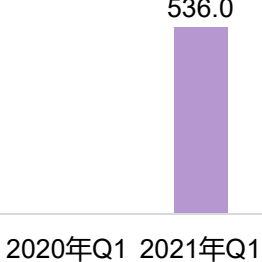
+55倍



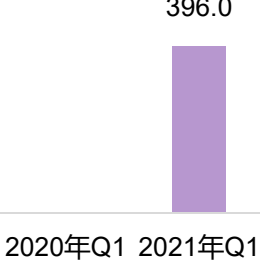
NEW



NEW



NEW



折叠洗衣机

季度爆品



魔镜市场情报
MOOJING.COM



商品名:
Vexation
折叠洗衣机

关键词:
拖洗两用, 臭氧除菌



商品名:
威力折叠洗衣机

关键词:
直流纯铜电机, 蓝光除菌



商品名:
奥克斯迷你折叠洗衣机

关键词:
分桶洗衣, 涡轮强劲



商品名:
志高超声波清洗机

关键词:
超声波清洗, 臭氧除菌



商品名:
日本soseki善思
折叠洗衣机

关键词:
巴氏灭菌, 折叠便携

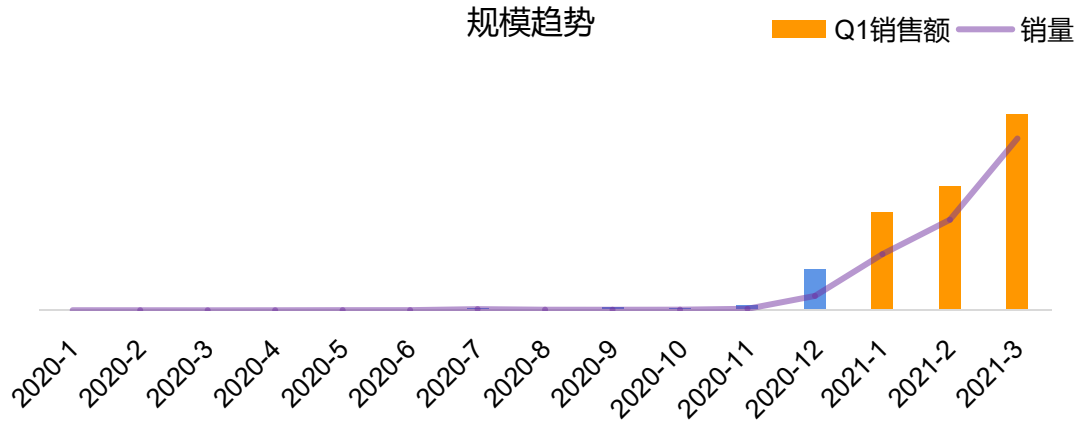
潮流 视频 服装搭配 卫衣 棒球服 手链 围巾 戒指 吴亦凡 男生 搭配 鞋子 帽子 音乐 陈伟霆 版型 流行 百搭 夹克 球鞋 抖音 早春 外套 奢侈品 韩国 复古 辣妹 小众 男孩 拍照 项链 合伙人 拍照姿势 仙人指路 联名 音源 氛围 同款 日常 上海 风格 敬畏

0.8 亿元

2021Q1淘宝天猫销售额

New

同比增长



	发布数	互动量
微博	12383	494023
抖音	5157	2334819
小红书	4798	83820

商家数 (万)		商品数 (万)		CR5份额	
2021年Q1	0.1	2021年Q1	0.8	2021年Q1	52.2%
2020年Q1	0.0	2020年Q1	0.0	2020年Q1	0.0%

重点品牌

A chock

Notyourferry

韩立臣

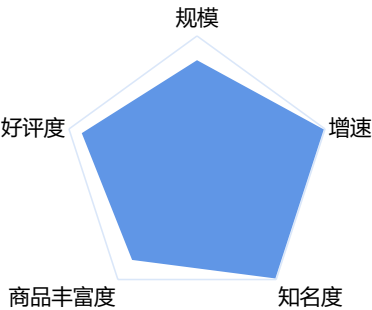
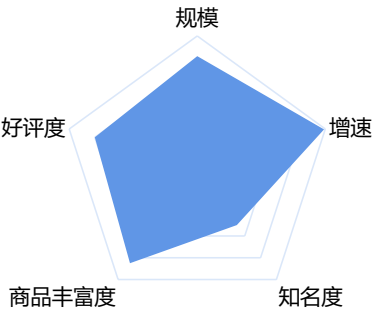
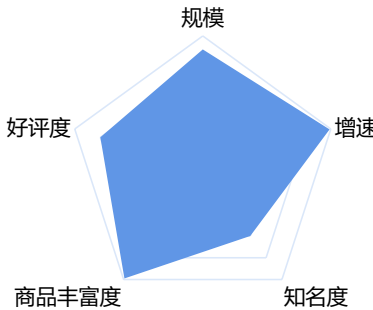
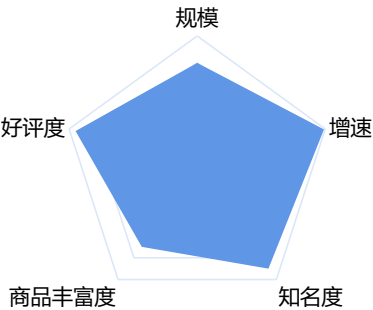
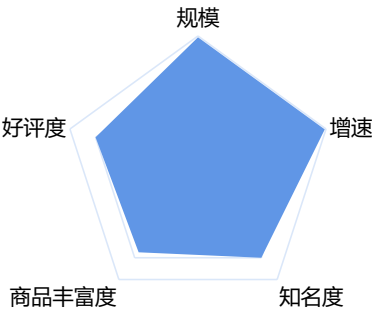
雷尔宾诺

法界

魔镜潜力评级

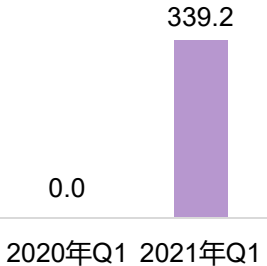


品牌竞争力

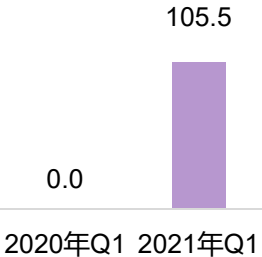


市场规模
(万元)

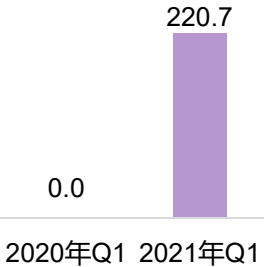
New



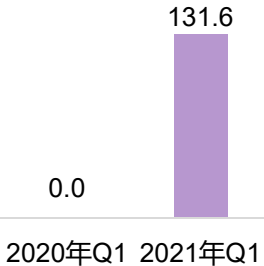
New



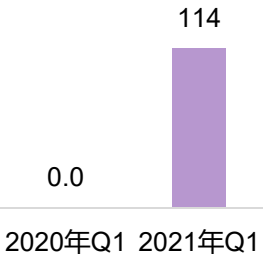
New



New



New



Vibe 季度爆品



商品名:
A chock
Vibe风直筒工装潮裤

关键词:
高街、个性、酷



商品名:
韩立臣
假两件七分袖男tee

关键词:
舒适、清爽、洋气



商品名:
Notyourferry
姜云升同款3D爱心
logo帽衫

关键词:
质量好、颜色靓、好看



商品名:
雷尔宾诺
撞色字母运动束腿裤

关键词:
宽松、百搭、垂感好



商品名:
法界
高街vibe风修身仔裤

关键词:
版型帅、排扣酷、有
feel

A close-up photograph of a black fabric garment, likely a pair of pants or shorts, laid flat on a white surface. The image focuses on the hem area, showing the white stitching that reinforces the edges. The fabric has a smooth, slightly textured appearance. The lighting is bright and even, highlighting the contrast between the black fabric and the white thread.

消费者认知

大长腿
微风
礼物
面料
阔腿裤
开叉
直筒
西装裤
很流行
搭配
显高
阔腿
小个子
裤子
百搭
宽松
薄款
微风
肌肉
黑色
上身
气场
版型
分叉
很舒服
显瘦
抗皱
春夏
不挑
超显瘦
垂坠
开衩
拖地
腿型
纸片人
腿长
早春
休闲
松垂
厚底鞋
女孩子
松紧腰
大码
春秋
春夏

开叉西装裤

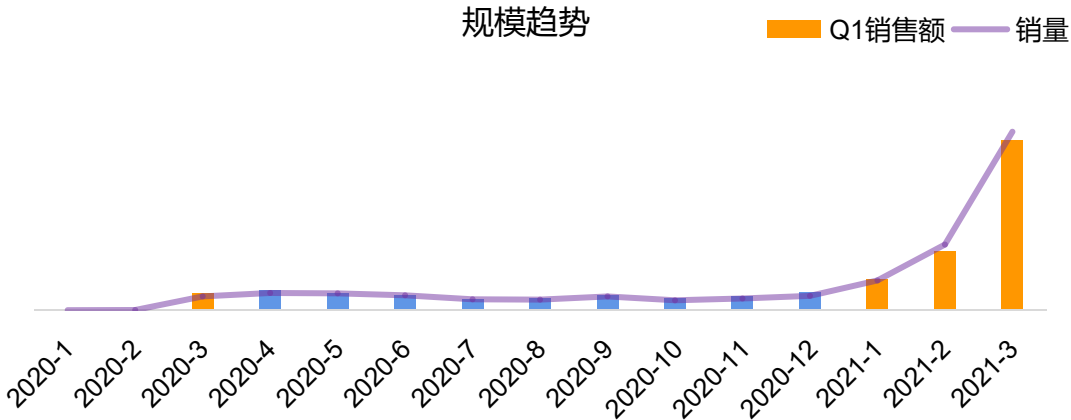
行业聚焦

1.26 亿元

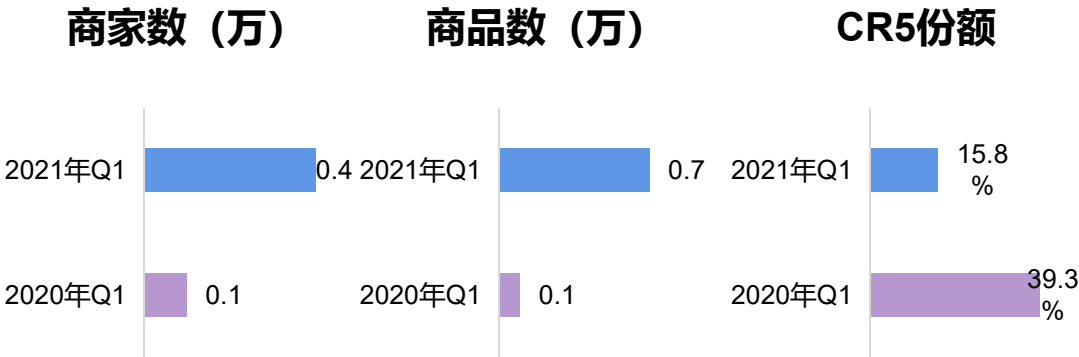
2021Q1淘宝天猫销售额

1372.5%

同比增长



	发布数	互动量
微博	5980	40118
抖音	530	32342
小红书	981	58925



开叉西装裤

重点品牌

町缇

兰梦娅

DQSTORE

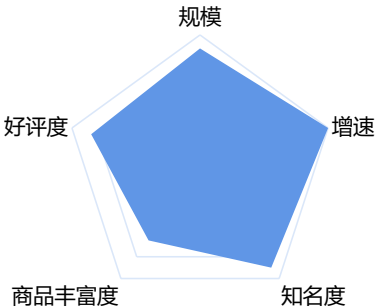
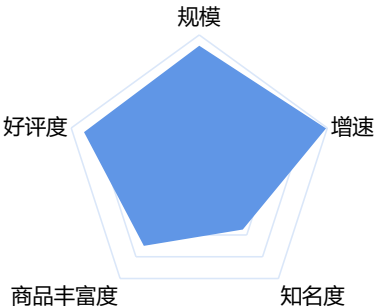
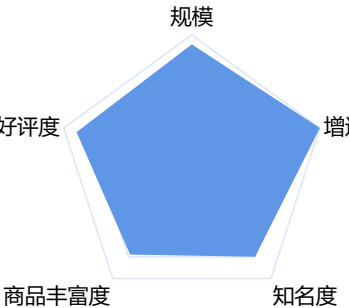
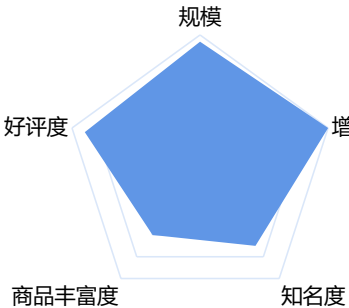
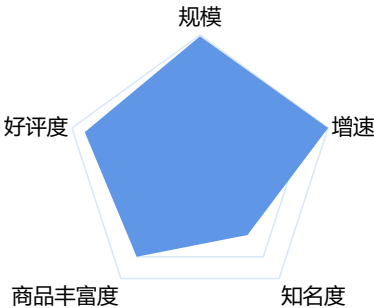
寻笔记

HUCHUJING

魔镜潜力评级

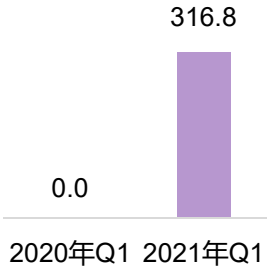


品牌竞争力

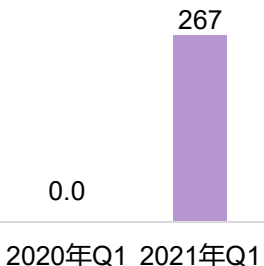


市场规模
(万元)

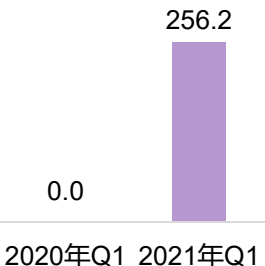
New



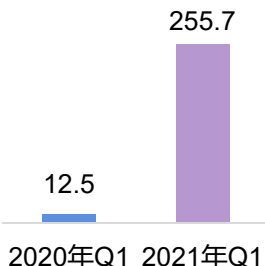
New



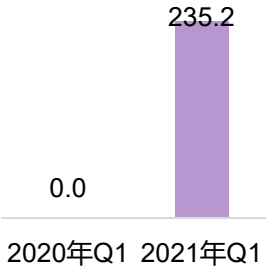
New



+19倍



New



开叉西装裤

季度爆品



魔镜市场情报

MOOJING.COM



商品名:

町缇
开叉阔腿高腰裤

关键词:

垂感、显瘦/腿长、舒服



商品名:

亦弛
前开叉冰丝西装裤

关键词:

显气质、透气、面料好



商品名:

DQSTORE
直筒开衩牛仔裤

关键词:

修身、显瘦/腿长、版型好



商品名:

寻笙记
开叉直筒高腰裤

关键词:

性感、显瘦、质感好



商品名:

HUCHUJING
前开叉西装喇叭裤

关键词:

弹力、百搭、显瘦/腿长

烟筒靴



魔镜市场情报
MOOJING.COM

烟筒靴以好搭配、显腿瘦、显腿长、冬季保暖、舒适等特点为卖点,在2020年下半年成功博得了广大女性消费者的眼球, 2021年一季度销售额同比增长达到85%以上.

目前,烟筒靴高销售品牌不仅仅包括如她他,百里,思加图等耳熟能详的女鞋品牌,也有类似于73小时、krbv等小众品牌成功挤入市场.



消费者认知

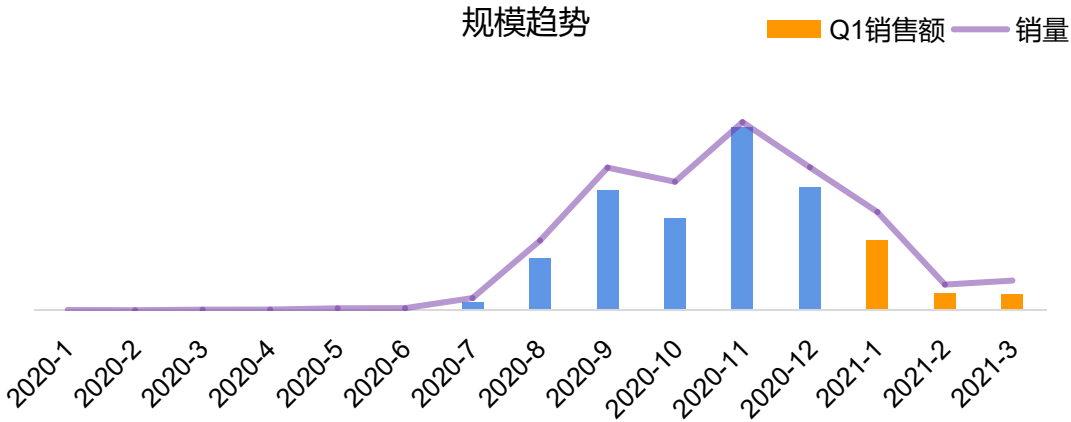


1.8 亿元

8465.3%

2021Q1淘宝天猫销售额

同比增长



	发布数	互动量
微博	764	18289
抖音	1307	10148
小红书	922	13360

	商家数	商品数 (万)	CR5份额
2021年Q1	4547	0.9	36%
2020年Q1	42	0.0	97%

烟筒靴

重点品牌

73hours/高跟 73
小时

Belle/百丽

krbv

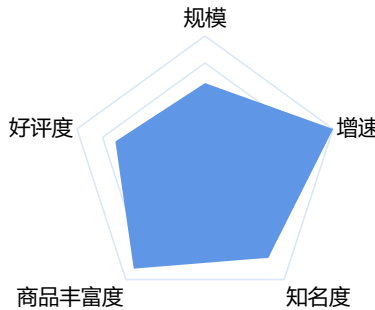
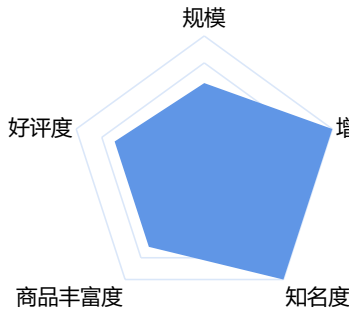
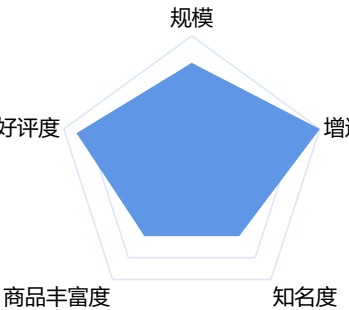
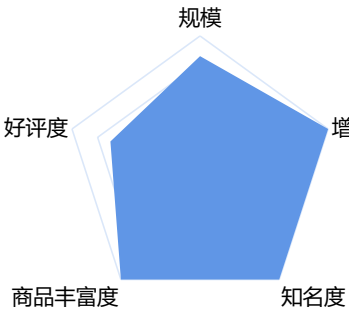
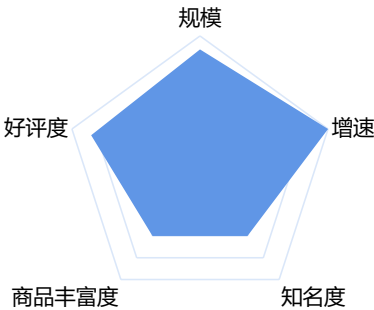
TATA/他她

Staccato/思加图

魔镜潜力评级

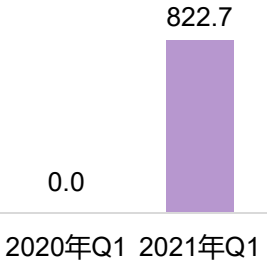


品牌竞争力

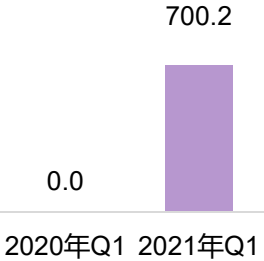


市场规模
(万元)

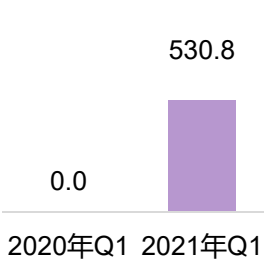
New



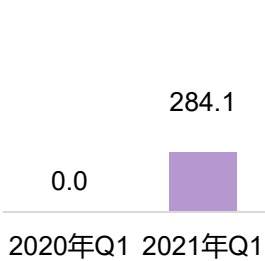
New



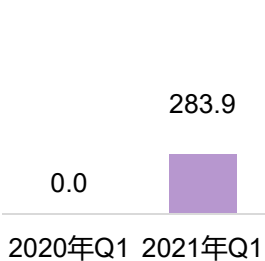
New



New



New



烟筒靴

季度爆品



魔镜市场情报

MOOJING.COM



商品名:
73Hours
新款圆头粗跟烟筒靴

关键词:
增高、修饰



商品名:
百丽
ins烟筒靴

关键词:
加绒、头层皮



商品名:
KRBV
厚底烟筒靴

关键词:
霸气、长腿



商品名:
bybv
切尔西烟筒靴

关键词:
真皮、柔软



商品名:
christine sheii
烟筒短靴

关键词:
酷、飒、腿长

飞行员夹克

1995年，应美国国防对新型飞行夹克的需求，经典的MA-1就此诞生。几年前，以MA-1为首的飞行员夹克迅速风靡于全球潮流界。各路明星纷纷上身，其火热度也一直持续到现在。

这种实用又带有一丝酷炫的设计，再加上飞行员这一威风形象的加持，深受人们的喜爱。不仅拥有时尚的外观，而且功能性十足，防水，防风，户外，运动，样样可以驾驭。

经过几年的发展，该产品市场相对成熟。许多商家在MA-1款式的基础上进行改进，设计出了更为与时俱进的衍生款式。



消费者认知

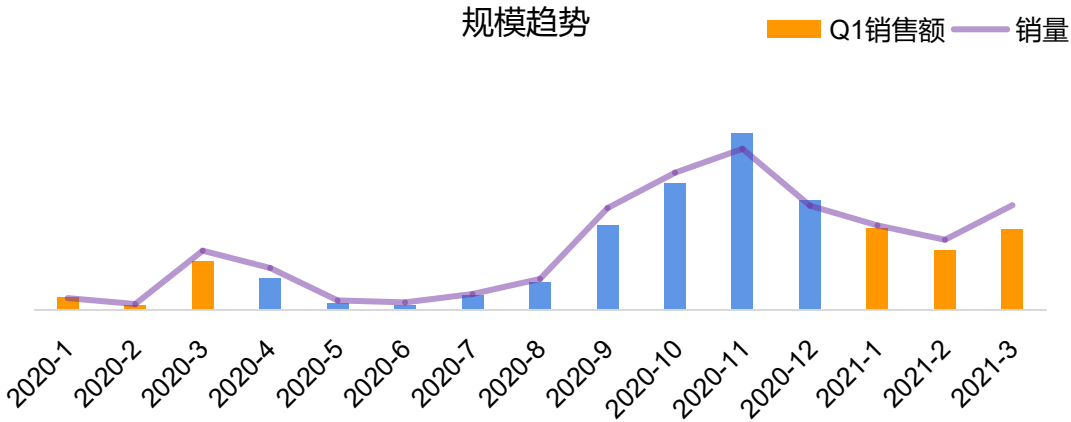


2.7 亿元

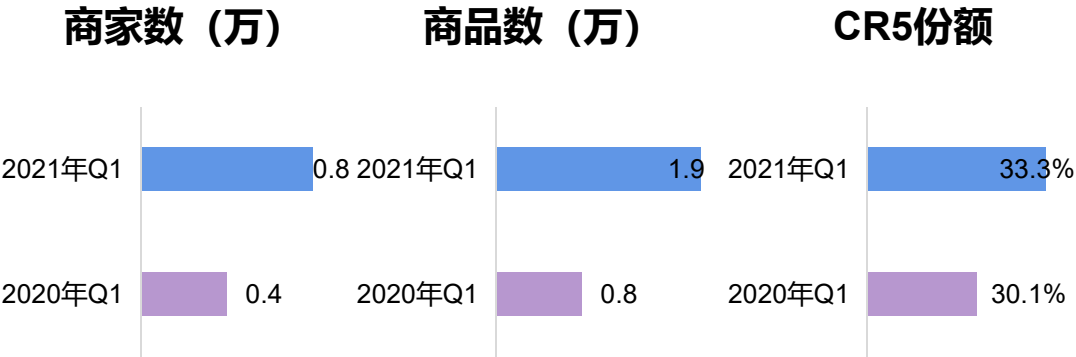
229.4%

2021Q1淘宝天猫销售额

同比增长



	发布数	互动量
微博	1395	679462
抖音	488	2447
小红书	866	6152



飞行员夹克
重点品牌

马克华菲

ZARA

VIP/飞行潮牌

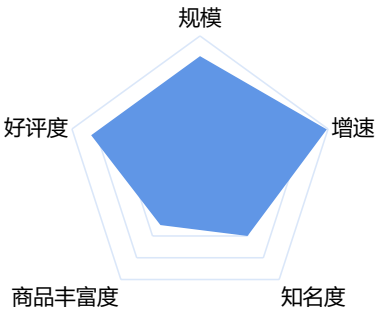
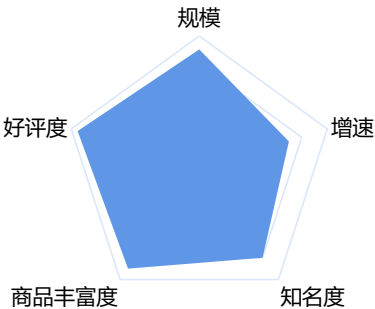
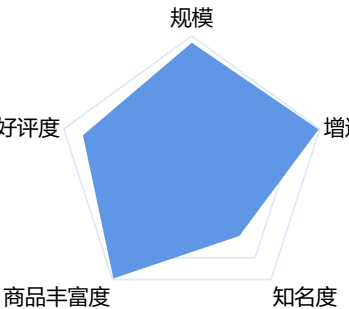
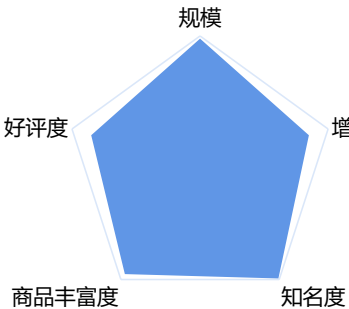
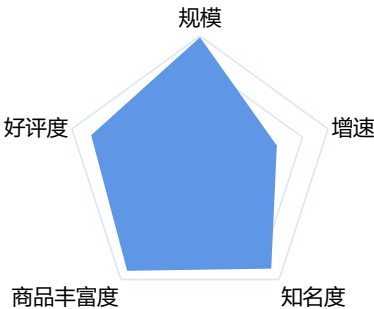
花花公子

爵森马伯特

魔镜潜力评级

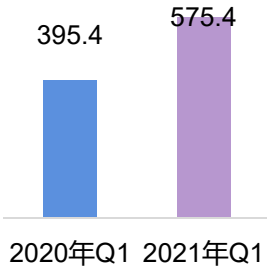


品牌竞争力

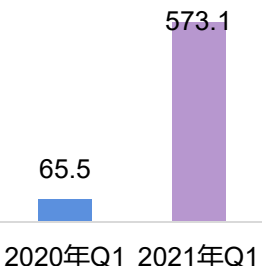


市场规模
(万元)

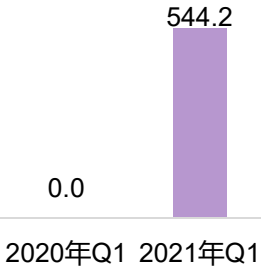
+45.6%



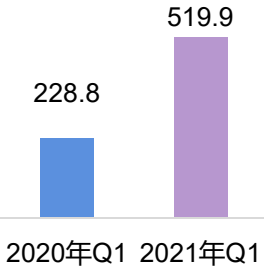
+774.4%



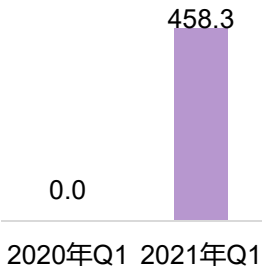
New



+127.3%



New



飞行员夹克 季度爆品



商品名:
马克华菲
休闲飞行员棒球夹克

关键词:
帅气、做工精细、有型



商品名:
ZARA
连帽棉服飞行员夹克

关键词:
舒服、厚实、保暖



商品名:
VIP
空军ma1飞行员夹克

关键词:
个性、防风、帅气



商品名:
花花公子
飞行员皮夹克

关键词:
皮质软、合身、保暖



商品名:
爵森马伯特
小蜜蜂刺绣飞行员夹克

关键词:
修身、透气、有范儿

鲨鱼裤

鲨鱼裤借着明星穿搭同款和主播推广等方式在2020年下半年迅速火爆网络,以可外穿、紧身、弹力、显瘦、提臀等特点吸引了众多女性消费者的关注.

鲨鱼裤市场目前主要有四种产品分类,以材质分类分为薄款、加绒款;以样式分类分为带束腰和不带束腰两种.

自2020年下半年鲨鱼裤的购买热潮起,市场已引入众多品牌.2021年1季度销售额最高的品牌包括Luluslim,缺一,卡仑奴,比丽福以及HUCHUJING等.



消费者认知

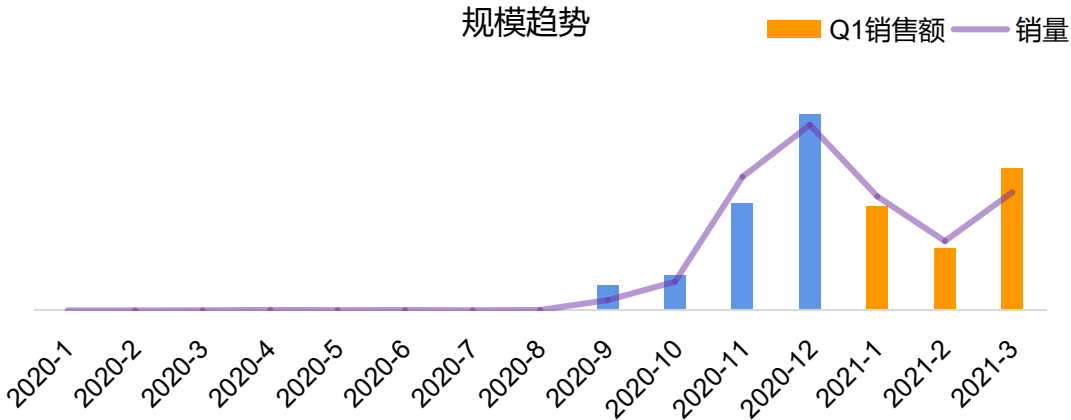


1.8 亿元

New

2021Q1淘宝天猫销售额

同比增长



	发布数	互动量
微博	6275	111313
抖音	2112	397811
小红书	13313	166832

商家数 (万)	商品数 (万)	CR5份额
2021年Q1 0.4	2021年Q1 0.7	2021年Q1 45%
2020年Q1 0	2020年Q1 0.0	2020年Q1 0%

Luluslim

缺一

卡仑奴

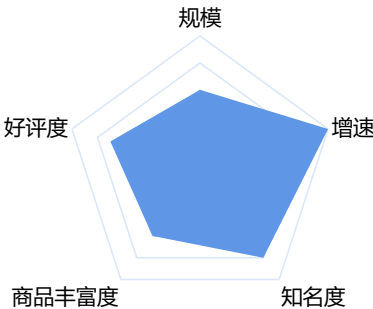
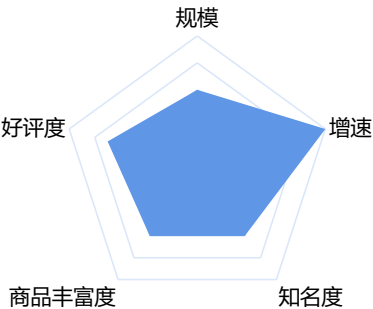
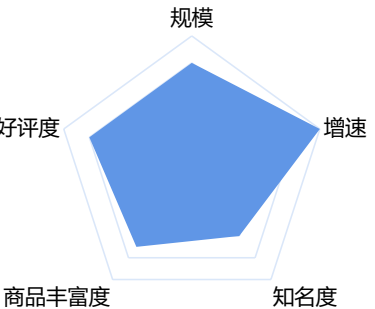
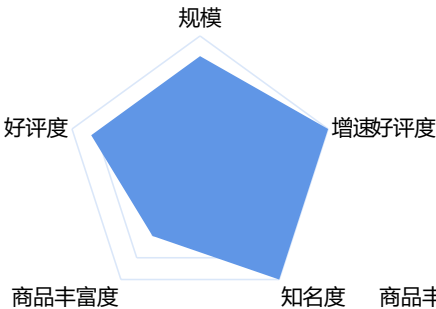
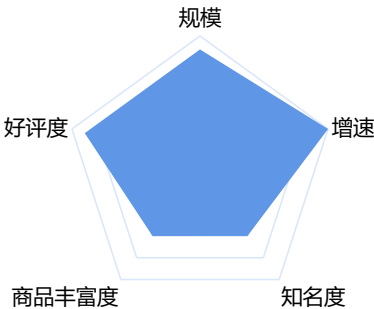
比丽福

HUCHUJING

魔镜潜力评级

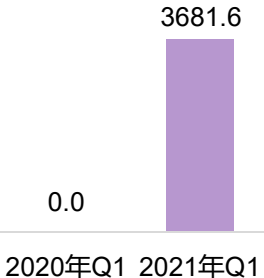


品牌竞争力

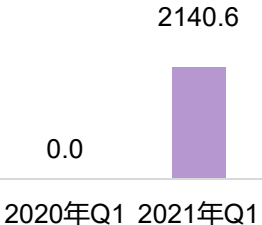


市场规模
(万元)

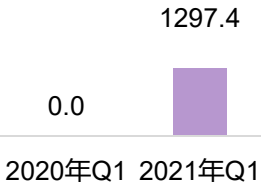
New



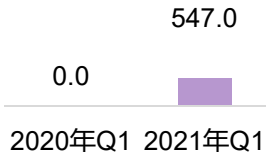
New



New



New



New



鲨鱼裤 季度爆品



商品名：
Luluslim
魔瘦拉拉裤

关键词：
美腿塑形、显瘦显高



商品名：
缺一
鲨鱼打底裤

关键词：
薄款、提臀



商品名：
卡伦奴
鲨鱼裤

关键词：
瘦身、潮、高腰收腹



商品名：
比丽福
鲨鱼皮打底裤

关键词：
加绒、保暖、瘦腿



商品名：
胡楚靓
鲨鱼裤子

关键词：
版型、不卷边、不起球

结语

在这些细分行业及新兴概念里，有日用必需品，也有与生活方式强挂钩的情感需求品。在文化、社会价值和供应端的不断碰撞与交融中，激发出了更多的消费趋势、先锋理念。

我们可以从本报告的图表及高增长概念中发现很多大类目下的利基市场，他们正处于高速发展的阶段，在这些市场集中度低的价值洼地里还未出现高影响力的品牌，未来可能成为更加火热的创投赛道。

我们也能看到有些品牌在已经成熟的赛道中，借助包装和产品升级做概念营销，获得大量关注和购买转化。

高增长的背后，有值得推敲的增长打法和差异化营销。未来，魔镜市场情报将按照季度持续推出高增长白皮书观察新消费市场，从数据的角度理解市场，带来更多洞见。

高增长Q2白皮书敬请期待。。。

魔镜市场情报



我们是谁

每天，我们通过公开网页获取中国主要电商平台超100亿的一手交易数据，通过海量数据处理，为品牌主、零售商、咨询公司、投资机构 and 政府部门提供平台、行业、品牌、商品SKU级的市场情报。

关注我们

